

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
(ПУЕТ)**

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ  
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ,  
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА  
ТОВАРОЗНАВСТВА**

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

XXXIX наукової студентської конференції за підсумками  
науково-дослідних робіт студентів за 2015 рік

*(м. Полтава, 19–20 квітня 2016 року)*

**Полтава  
ПУЕТ  
2016**

УДК 33:378.4(477.53)ПУЕТ  
ББК 65я431  
А43

*Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено*

### **Редакційна колегія:**

**С. В. Гаркуша**, д. т. н., доцент, проректор з наукової роботи Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

**Н. І. Коливушка**, завідувач науково-організаційного відділу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

**О. В. Яріш**, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

**Л. В. Дробиш**, к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

**В. І. Місюкевич**, к. е. н., доцент, доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

**Т. Ю. Суткович**, к. т. н., доцент, доцент кафедри технологій харчових виробництв та ресторанного господарства Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

**А. В. Хван**, ст. викладач кафедри ділової іноземної мови Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

**А43** **Актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства : тези доповідей XXXIX наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2015 рік (м. Полтава, 19–20 квітня 2016 року).** – Полтава : ПУЕТ, 2016. – 310 с.

ISBN 978-966-184-239-6

Збірник містить тези найкращих доповідей XXXIX наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2015 рік. Проблеми, порушені авторами публікацій, вирізняються своєю актуальністю і новизною наукових підходів. Увагу приділено висвітленню результатів наукових досліджень у таких сферах, як економіка та підприємництво, інформаційні й мережеві технології, товарознавство, харчові технології та інженерія.

УДК 33:378.4(477.53)ПУЕТ  
ББК 65я431

*Тези доповідей надруковано мовами оригіналів, в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, галузевої термінології, імен власних, інших відомостей.*

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі», 2016

ISBN 978-966-184-239-6

## ЗМІСТ

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ .....	13
--------------------------	----

<i>P. A. Atedhor, S. I. Nestulya.</i> Leadership potential the concept of leadership .....	13
--	----

<i>М. А. Негода, Я. К. Алхасов.</i> Азербайджан – оазис толерантности и мультикультурализма.....	16
--	----

<i>В. В. Борисенко, Я. О. Барибіна.</i> Інклюзивний туризм .....	17
--	----

### **СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

<i>Н. В. Любченко, С. Б. Єгоричева.</i> Роль фінансової грамотності у забезпеченні добробуту людини.....	21
--	----

<i>І. В. Кошман, Т. П. Гудзь.</i> Інноваційні послуги фінансових посередників.....	24
--	----

### **СЕКЦІЯ 2. ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ**

<i>А. С. Бобокало, Ю. О. Ночовна.</i> Вплив державної екологічної політики на інвестиційний розвиток підприємства .....	28
---	----

<i>Тюніна Н. О., Ночовна Ю. О.</i> Проблеми застосування електронних грошових коштів в Україні .....	32
--	----

<i>Н. В. Любченко, В. Л. Вороніна.</i> Особливості організації бухгалтерського обліку в зарубіжних країнах.....	34
---	----

### **СЕКЦІЯ 3. ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ**

<i>Т. В. Вітер, В. О. Подольська.</i> Проблеми оцінки фінансової стійкості та напрями її підвищення.....	38
--	----

<i>Д. Фоменко, Т. Вітер, О. Василенко, В. О. Подольська.</i> Використання матриці swot-аналізу для обґрунтування стратегії розвитку вищого навчального закладу .....	42
--	----

<i>Т. В. Чирик, Н. І. Самбурська.</i> Можливості застосування кореляційно-регресійного аналізу в управлінні прибутком сільськогосподарських підприємств.....	45
--	----

**СЕКЦІЯ 4. ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО  
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ  
ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО  
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ**

*М. С. Лусевич, В. В. Иванова.* Управління часом.....48

*Ю. М. Романенко, В. О. Животенко.* Знання як  
основа розвитку економіки.....51

**СЕКЦІЯ 5. ПРОБЛЕМИ ТЕОРЕТИЧНОЇ ТА  
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ**

*Г. В. Мусієнко, В. О. Шаповалов.* Конкуренція як форма  
реалізації демократизму товарного ринку .....53

*І. К. Богдашкін, К. С. Дзеверіна.* Стан тіньового сектору  
україни як складової частини економічної системи.....57

*Н. В. Любченко, Т. О. Бодня.* Конкурентні засади  
товарного ринку: теорія та практика .....58

**СЕКЦІЯ 6. ПРАВО І СУСПІЛЬСТВО:  
ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ**

*К. В. Журавльова, О. О. Кульчий.* Захист права  
власності в Україні .....62

*І. І. Зайка, О. М. Коросташов.* Гарантії прав  
людини в Україні.....65

*Д. В. Усенко, Л. І. Купчення.* Окремі напрями  
реформування законодавства та системи державного  
регулювання забезпечення якості та безпечності  
сільськогосподарської продукції .....68

**СЕКЦІЯ 7. АКТУАЛЬНІ  
ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ**

*N. O. Belakova, N. S. Sukhachova.* Neologisms in  
the sphere of economics .....72

## **СЕКЦІЯ 8. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ І УСТАНОВ**

*Я. М. Коваленко, Л. М. Колєчкіна.* Використання  
математичних методів в прийнятті  
управлінських рішень на підприємстві ..... 76

## **СЕКЦІЯ 9. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ І МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

*Н. В. Довбня, О. В. Шкурупій.* Роль сучасного Китаю в  
розвитку економіки азійсько-тихоокеанського регіону ..... 80

*Ю. Г. Зіганишина, І. А. Артеменко.* Українські виробники на  
європейському ринку фармацевтичної продукції: аспекти  
міжнародної конкуренції ..... 85

*О. В. Іванець, О. В. Шкурупій.* Формування та реалізація  
зовнішньої економічної політики КНР ..... 89

## **СЕКЦІЯ 10. БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*К.Є. Каменецька, В.Ф. Іванюта.* Мистецтво управління як  
критерій ефективності у ситуаційному менеджменті ..... 93

*І. Ю. Остапченко, І. П. Чайка.* Формування  
стратегій розвитку на підприємстві ..... 95

## **СЕКЦІЯ 11. ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ**

*А. І. Гусинський, Н. Л. Кужель.* Вплив міжнародних  
організацій та тнк на світову спільноту ..... 100

*О. В. Олійник, Я. О. Пасько, О. П. Білінська.* Організаційна  
культура як чинник впливу на роботу персоналу ..... 103

## **СЕКЦІЯ 12. ЛІДЕРСТВО В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ**

<i>І. В. Кошман, С. І. Нестуля.</i> Що таке харизма? .....	108
<i>К. П. Соляник, С. І. Нестуля.</i> Жінки і лідерство .....	111
<i>І. В. Богиня, С. І. Нестуля.</i> Стрес: наслідки, методики протидії.....	116

## **СЕКЦІЯ 13. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ХХІ СТОЛІТТІ**

<i>К. П. Волошина, В. В. Нестефоренко.</i> Соціальні методи управління персоналом підприємства в сучасних умовах .....	118
<i>К. Ю. Тремтій, В. В. Нестефоренко.</i> Управління персоналом – ключова ланка внутріорганізаційного управління: еволюція розвитку та сучасний стан .....	122
<i>Д. Ю. Коваль, В. В. Нестефоренко.</i> Атестація персоналу як метод його оцінки .....	125
<i>М. В. Мигаль, В. В. Нестефоренко.</i> Економічні методи управління персоналом підприємства в сучасних умовах .....	129
<i>О. С. Рекман, В. В. Нестефоренко.</i> Управління кар'єрою персоналу на підприємстві .....	132

## **СЕКЦІЯ 14. СТАТИСТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

<i>К. І. Пахомова, Ю. Ф. Строчихін.</i> Економіко-статистичне вивчення структури найважливіших макроекономічних показників СНР.....	135
<i>Є. А. Горяїнова, Л. І. Вишневецька.</i> Вивчення поведінки споживачів на українському споживчому ринку кондитерських виробів .....	136

<i>Т. В. Донченко, А. С. Степанюк.</i> Статистичне вивчення впливу факторів на прибуток сільськогосподарського підприємства .....	140
---	-----

## **СЕКЦІЯ 15. ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ**

<i>Я. Гордієнко, Є. М. Ємець.</i> Створення анімаційних зображень .....	142
---	-----

<i>М. А. Царьова, Г. В. Карнаухова.</i> Системи штучного інтелекту.....	146
---	-----

## **СЕКЦІЯ 16. МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА СОЦІАЛЬНА ІНФОРМАТИКА**

<i>Д. О. Собко, Т. О. Парфьонова.</i> Розробка програмної платформи для створення веб-тренажерів з математичних дисциплін .....	150
---	-----

<i>Р. В. Зуєв, Д. М. Ольховський.</i> Розробка інтернет-магазину «tower» .....	152
--	-----

<i>Д. А. Марченко, О. О. Ємець.</i> Алгоритмізація та програмування елементів навчального тренажера побудови комбінаторного переставного многогранника.....	153
---	-----

## **СЕКЦІЯ 17. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ**

<i>Н. І. Ляшко, Н. І. Яловега.</i> Сутність та призначення івент-маркетингу .....	156
---	-----

<i>Д. Г. Керімова, М. М. Іваннікова.</i> Соціально-відповідальний маркетинг .....	158
---	-----

<i>І. В. Гордієнко, А. М. Захаренко-Селезньова.</i> Маркетинг інтелектуального продукту .....	162
---	-----

## **СЕКЦІЯ 18. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ**

- В. О. Плахтій, М. М. Хурса.* Система перетворення клієнта інтернет – магазину в постійного покупця ..... 165
- А. О. Михайлик, К. М. Краус.* Підприємець у сучасному світі – міф чи реальність? ..... 166
- А. А. Сулиз, Т. Є. Іщейкін.* Місце та роль України у міжнародній торгівлі послугами ..... 169

## **СЕКЦІЯ 19. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТОВАРОЗНАВСТВА, ЕКСПЕРТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА**

- С. А. Павленко, Н. В. Омельченко.* Методологічні аспекти ідентифікації емалей ..... 172
- Л. П. Євдошенко, Л. В. Поліщук.* Безпечність ефірних олій... 174
- А. Ю. Павленко, А. С. Брайло.* Особливості класифікації та сучасний асортимент цегли ..... 177

## **СЕКЦІЯ 20. ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕКА ТОВАРІВ НАРОДНОГО СПОЖИВАННЯ**

- М. В. Мурзак, А. А. Панченко, Д. Р. Страшко, В. І. Дмитренко.* Визначення якості морозива «пломбір» за фізико-хімічними показниками..... 181
- Я. Пасько, Ю. Черненко, В. І. Дмитренко.* Визначення якості твердих сирів вітчизняних виробників за фізико-хімічними показниками..... 184
- Ю. О. Яценко, Ю. І. Ковальчук.* Визначення якості плавлених сирів за фізико-хімічними показниками..... 186



## **СЕКЦІЯ 21. ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ**

<i>Н. С. Шпіка, Ю. О. Басова.</i> Оцінювання конкурентоспроможності жіночого одягу .....	189
<i>Я. В. Кордубан, Г. Д. Кобищан.</i> Дослідження сучасного асортименту молодіжного взуття.....	192
<i>А. В. Синьогіна, Ю. О. Басова.</i> Дослідження якості косметиних засобів по догляду за шкірою.....	196

## **СЕКЦІЯ 22. СУЧАСНИЙ АСОРТИМЕНТ, ЯКІСТЬ ТА ЕКСПЕРТИЗА ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ**

<i>В. В. Герасименко, В. О. Назаренко.</i> Якість органічних кисломолочних напоїв ТМ «Organic milk» .....	199
<i>В. В. Миргородська, В. О. Назаренко.</i> Споживні властивості і рівень якості макаронних виробів групи «Здоров'я».....	201
<i>Л. А. Шамало, А. П. Кайнаш.</i> Біотехнологія у виробництві морозива на молочній основі .....	203

## **СЕКЦІЯ 23. ЗАГАЛЬНОІНЖЕНЕРНІ ДИСЦИПЛІНИ**

<i>В. В. Бугайчук, З. М. Гайворонська.</i> Вплив тютюнового диму на навколишнє середовище.....	205
<i>Р. О. Малішевський, А. С. Свириденко, Л. М. Страшко.</i> Food-дизайн – новий напрям у дизайні ХХІ століття .....	208
<i>Т. С. Сапа, О. В. Ольховська.</i> Основні аспекти проектування web-сайтів .....	211

## **СЕКЦІЯ 24. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

<i>Д. І. Морозова, А. С. Капліна.</i> Використання «ВАУ» – менеджменту в готельному бізнесі.....	213
--	-----

<i>Е. С. Хіміч, А. С. Капліна.</i> Hotel technology innovations that will drive business in 2016.....	216
---	-----

## **СЕКЦІЯ 25. ГЛОБАЛЬНІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ**

<i>Ю. В. Самченко, М. М. Логвин.</i> Виклики туризму у зв'язку з міграцією в Європі.....	219
--	-----

<i>А. А. Нацяк, Н. М. Карпенко.</i> Туристичні ресурси добровеличківського району Кіровоградської області .....	223
---	-----

## **СЕКЦІЯ 26. ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

<i>Д. О. Москаленко, Г. П. Хомич.</i> Технологія виготовлення фруктових паст для італійського морозива «Джелато» .....	227
--	-----

<i>А. О. Вахрушева, Г. П. Хомич.</i> Розробка технології топінгів з використанням гарбуза та хеномелесу .....	229
---	-----

<i>А. В. Феньків, Ю. А. Мацук.</i> Удосконалення технології виробів із пряничного тіста.....	233
--	-----

## **СЕКЦІЯ 27. ТЕХНОЛОГІЧНЕ ОБЛАДНАННЯ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ**

<i>И. Павлюх, И. Ореховский, В. О. Сукманов.</i> Використання субкритичної води в харчових технологіях .....	236
--	-----

<i>І. А. Міхньович, В. О. Скрипник, А. Г. Фарієєв.</i> Порівняльні характеристики процесів теплового оброблення овочів .....	239
--	-----

<i>О. О. Похитон, В. О. Скрипник, А. Г. Фарієєв.</i> Результати дослідження впливу величини питомої поверхневої потужності на показники ефективності процесу двостороннього жарення м'яса під тиском .....	243
--	-----

## **СЕКЦІЯ 28. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ І ОХОРОНА ПРАЦІ**

- Н. О. Буцька, О. В. Бігун, А. М. Белиба, Т. І. Дмитрюк.*  
Стан умов праці підприємств торгівлі на прикладі  
супермаркетів м. Полтава та шляхи підвищення  
умов праці на підприємствах роздрібно́ї торгівлі ..... 247

## **СЕКЦІЯ 29. ІСТОРІЯ УКРАЇНИ ТА УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ**

- А. А. Нацяк, І. М. Петренко.* Театр корифеїв ..... 252
- Т. В. Писаренко, І. М. Петренко.* Українська  
витинанка як декоративно-прикладне мистецтво ..... 254

## **СЕКЦІЯ 30. ФІЛОСОФІЯ. ЛОГІКА. РЕЛІГІЄЗНАВСТВО**

- Д. В. Усенко, М. М. Мовчан.* Філософія щастя..... 258
- А. О. Михайлик, І. В. Усанов.* Абсолютна зброя –  
інформаційні війни..... 261
- М. Р. Рибкіна, І. В. Усанов.* Філософія жіночого  
існування за твором Сімони де Бовуар «Друга стаття»..... 264

## **СЕКЦІЯ 31. СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОСТІ**

- В. В. Шуть, С. Ж. Вerezомська.* Гендерні  
стереотипи у сучасному суспільстві..... 267

## **СЕКЦІЯ 32. ПЕДАГОГІКА, ПСИХОЛОГІЯ, ЕТИКА ТА ЕСТЕТИКА**

- І. Ю. Бровко, І. О. Славко, І. С. Тодорова.*  
Психолого-педагогічні умови формування  
академічної чесності студентів ..... 270

*Д. Р. Везомський, І. С. Тодорова.* Психологічний клімат трудового колективу та методи його діагностики ..... 273

*Н. Л. Сачек, В. Ю. Стрельніков.* Форми організації самостійної роботи ..... 275

### **СЕКЦІЯ 33. ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ**

*Е. Г. Безмєнов, А. І. Шурдук.* Комп'ютерний тренажер для дистанційного курсу «Диференціальні рівняння» ..... 278

*Т. І. Одинюк, Л. І. Вовк, Н. В. Ванжа.* Створення приладу для зарядки телефону ..... 281

### **СЕКЦІЯ 34. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ТА СПОРТ**

*Н. В. Любченко, І. Є. Кожуріна.* Діста – друг чи ворог ..... 284

*М. О. Негода, Н. А. Новицька.* ЛФК в житті людини ..... 287

*К. І. Очкань, Н. М. Ахтирська.* Вплив психологічних аспектів на здоров'я людини ..... 288

### **СЕКЦІЯ 35. НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ ГЛАЗАМИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ**

*М. Ю. Баширов, И. В. Пахомова.* Развитие гастрономического туризма Азербайджана ..... 290

*Б. Ш. Гуламов, Я. К. Алхасов.* Роль Гейдара Алиева в развитии культурно-образовательных связей между Украиной и Азербайджаном ..... 293

*Р. Х. Назаров, Е. В. Чернявская.* Пенсионная система Украины и Азербайджана ..... 296

*С. Дж. Сафарли, Дж. Э. Фейзиев.* Трагедия в Ходжалы – акт геноцида против азербайджанцев ..... 302

*Ф. А. Шукюров, Я. К. Алхасов.* Изучение турецкого языка в украинской аудитории ..... 305

### LEADERSHIP POTENTIAL. THE CONCEPT OF LEADERSHIP

**P. A. Atedhor** – student majoring in “International economics”

**S. I. Nestulya, PhD** – scientific advisor

**Keywords:** Leadership, Leadership Potentials, concept of leadership.

Leadership is the ability to influence a group toward the achievement of goals. Leadership is different from management.

Management uses authority inherent in designated formal rank to obtain compliance from organizational members.

Good leaders are made, not born. If you have the desire and willpower, you can become an effective leader. Good leaders develop through a never ending process of self-study, education, training, and experience to inspire your workers into higher levels of teamwork.

Good leaders are continually working and studying to improve their leadership skills; they are not resting on their past laurels.

While leadership is learned, a leader's skills and knowledge can be influenced by his or hers attributes or traits, such as beliefs, values, ethics, and character. Knowledge and skills contribute directly to the process of leadership, while the other attributes give the leader certain characteristics that make him or her unique.

For example, a leader might have learned the skills in counseling others, but her traits will often play a great role in determining how she counsels. A person who has empathy will make a better counselor than a person who thinks the employees are simply there to accomplish his/her biddings.

Skills, knowledge, and attributes make the Leader, which is one of the Factors of Leadership.

People often ask what makes someone a good leader?

What's in for me if I follow you?

What makes a person want to follow a leader? People want to be guided by leaders they respect and who have a clear sense of direction. To gain respect, they must be ethical. A sense of direction is achieved by conveying a strong vision of the future.

When people are deciding if they respect you as a leader, they do not think about your attributes, rather, they observe what you do so that they can determine who you really are. They use this observation to tell if you are an honorable and trusted leader or a self-serving person who misuses authority to look good and get promoted.

Self-serving leaders are not as effective because their employees only obey them, not follow them. They succeed in many areas because they present a good image to their seniors... but at the expense of their workers.

Good leadership is honorable character and selfless service to your organization. In your employees' eyes, your leadership is everything you do that effects the organization's objectives and their well-being.

To be a good leader, you need to have a goal, a vision, a purpose why people should follow you.

A good leader should have the ability to affect his/her followers or team of workers positively.

To become a good leader there are leadership potentials you must carry out.

Ability to deliver results. Can the candidate demonstrate how he or she delivered results from a position of leadership – whether by organizing, mobilizing or inspiring others. This may have been through his/her intellectual or artistic contributions or in other ways. Is there evidence that the candidate initiated something and carried it through to an outcome? Is the candidate likely to attain a position of influence in his/her field of expertise?

Strength of Purpose. Has the applicant demonstrated courage of conviction, persistence, and determination in the pursuit of his or her goals? Do the candidate's extra-curricular activities indicate commitment?

Creativity. Is there evidence of creativity and innovation in the candidate's approach to answering questions or solving problems?

Self -Awareness. Is there evidence of a strong desire to contribute to society? Is the candidate aware of his or her role in particular activities and impact on other people? Can the candidate explain what changed as a result of his or her involvement in something?

A good leader should be able to exhibit the followings:

- Lead a team. Being “in charge” is different than being a contributor
- Get the work done. New skills are needed to get results through others
- Deal with conflict Interpersonal issues and disagreements can jeopardize teams, departments and projects
- Solve problems. Bigger, more complicated issues are part of the job
- Ability to Deliver Results
- Strength of Purpose
- Creativity
- Self -Awareness

The concept of leadership is to inspire your workers into higher levels of teamwork, there are certain things you must be, know, and, do.

These do not often come naturally, but are acquired through continual work and study.

As a good leader you must have an honest understanding of who you are, what you know, and what you can do. Also, note that it is the followers, not the leader or someone else who determines if the leader is successful. If they do not trust or lack confidence in their leader, then they will be uninspired. To be successful you have to convince your followers, not yourself or your superiors, that you are worthy of being followed.

## **Reference**

1. Leadership Potential [Electronic resource] // The website of The Bridgespan Group – 2016. – Access mode:  
<http://www.bridgespan.org/Publications-and-Tools/Leadership-Effectiveness/Nonprofit-Leadership-Development-Toolkit/Tools-and-Templates/What-Leadership-Potential-Really-Means.aspx#.V2aTF49OIhk>.

2. Concepts of Leadership [Electronic resource] // The website of Big Dog & Little Dog's Performance Juxtaposition – 2016. – Access mode: <http://www.nwlink.com/~donclark/leader/leadcon.html>.

## **АЗЕРБАЙДЖАН – ОАЗИС ТОЛЕРАНТНОСТИ И МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМА**

**М. А. Негода, УПЕТ-11**

**Я. К. Алхасов, доцент – научный руководитель**

Динамика и ритм современной жизни, стремление к успеху требуют от человека постоянной собранности, концентрации внимания, мобилизации всех сил. Достигая определенных высот, мы начинаем посещать другие страны, узнавать о культуре других народов, заводить новые знакомства. Сейчас, когда Международные связи играют одну из ведущих ролей в нашей жизни, мы должны толерантно относиться к традициям, культуре и вероисповеданию каждого народа.

Наш университет гостеприимно принимает студентов из Азербайджана. Это обусловлено долгой и плотной связью между нашими странами. Азербайджан имеет посольство в Киеве, Украина – в Баку. Сегодня в Украине проживает больше полумиллиона азербайджанцев. Отношения наших стран в историческом прошлом не обременены конфликтами и проблематичными вопросами и довольно безоблачно развиваются на современном этапе. Благодаря этим и другим факторам, Украине и Азербайджану на протяжении лет независимости удалось создать основу целостной системы взаимовыгодного партнерства и добрососедских отношений.

Азербайджан-страна великодушных людей и высоко чтения традиций. Вас встретят в любой точке Баку с улыбкой и исключительным гостеприимством. Вечера в Азербайджане наполнены огнями фонарей, которые ведут вас по улочкам города, улочкам, которые пропитаны историей и культурой. Красота Каспийского моря, горы, которые стремятся ввысь, чтобы показать всю красоту и мощь Кавказа, – делают эту страну настоящему могущей.

2016 год был объявлен в Азербайджане «Годом мультикультурализма» с целью сохранения, дальнейшего развития и широкой пропаганды традиций мультикультурализма. **Мультикультурализм** – политика, направленная на сохранение и



розвиток в окремі взяту країну і в світі в цілому культурних відмінностей. В жовтні 2015 року я прийшла на курси мультикультуралізму при Азербайджанському культурно-освітньому центрі ПУЕТ. С кожним заняттям я відкривала для себе цю країну з нових сторін. Пройдя весь курс вивчення мультикультуралізму, різні бесіди, я була обрана для участі в зимній школі мультикультуралізму в Азербайджані, яка проходила з 8 по 16 лютого 2016 року. В цій школі брали участь представники 16 країн. У нас було багато різних зустрічей, конференцій, представлень, які дозволяли нам відчути всю тонкість Кавказу. Лекції в Бакинському славянському університеті, на яких розкривалися проблеми мультикультуралізму в різних країнах, стирали всі межі нашого уявлення про життя і культуру різних народів. Ми повинні поважати один одного, відвідувати різні країни в пошуках нових знайомств, заводити друзів іншої національності, щоб наші предки, які будували цей світ – гордились нами, а майбутні покоління жили в світі і дружбі.

## ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ

**В. В. Борисенко, Т-32**

**Я. О. Барібіна, к. е. н., доцент – науковий керівник**

Згідно з даними, представленими в останньому випуску Барометра міжнародного туризму ЮНВТО, у 2015 році, кількість міжнародних туристичних прибуттів збільшилася на 4,4 % і склало в цілому 1 184 млн. При цьому більшість туристів здійснили подорожі за міжнародними туристичними напрямками по всьому світі.

Зусилля ЮНВТО, спрямовані на підвищення доступності туристичної галузі для всіх, отримують потужний імпульс в ході найближчого Всесвітнього дня туризму. Цей день, який щорічно відзначається 27 вересня, у 2016 буде проходити під девізом «Доступний туризм для всіх». Зазначене міжнародне свято надає унікальну можливість для підвищення обізнаності світового туристичного сектора і забезпечує загальну доступність та її численні переваги.

За даними на 2012 рік в країнах Європи проживає 740 млн осіб. З них частка громадян з обмеженими можливос-

тями становить 20–23 %, а це 150–160 млн чол., далі проведемо найпростіший аналіз: 70 % маломобільних європейців подорожують, що дорівнює 100–110 млн, при цьому вони завжди беруть з собою опікуна, що дає кінцеву суму вже в 200–220 млн чол. За даними туроператорів Іспанії, вартість одного туристичного пакету для гостей з обмеженнями по здоров'ю в середньому становить 1 600 євро. Отже, сума економічного потенціалу ринку доступного туризму Європи рівну 320 млрд євро/рік (дохідна частина бюджету України на 2016 рік запланована у розмірі 20 млрд євро).

Слід відзначити, що 11 % з всіх туристичних поїздок в Європі і 7 % зі всього світу здійснюють мандрівники з особливими потребами, і найчастіше в компанії членів сім'ї або друзів, що також впливає на збільшення попиту на туристичний продукт. «Інклюзивний туризм» (туризм для людей з обмеженими можливостями) – це перспективна галузь, що повинна динамічно розвиватися на туристичному ринку України та Полтавщини.

Розвиток і модернізація цього сегменту туризму може бути і соціально, і фінансово виправданим. Якщо дослідити місця відпочинку людей з обмеженими можливостями в Україні, то швидше за все це будуть санаторії, і лише тому, що великої альтернативи немає.

Вищезазначене обумовлює необхідність наукового та практичного обґрунтування становлення та розвитку інклюзивного туризму в Україні та Полтавській області.

Подорожі та туризм стали найбільшими і найбільш швидко зростаючими у світі промисловості, а їх зростання показує послідовне збільшення з року в рік. З числом міжнародних мандрівників більше 1 млрд.

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) 15 % населення світу (1 мільярд осіб), за оцінками, живуть з деякою формою інвалідності.

Недоступність туризму для людей з обмеженими можливостями.

Низка проблем пов'язана з доступністю туристичних дестинацій для людей з обмеженими можливостями та відсутність адаптованих туристичних продуктів, погребує вирішення конкретних завдань на рівні держави, регіональних органів місцевої влади, підприємців, освітян та громадян, зокрема:

- забезпечення безпечної, зручної та економічної транспортної та іншої інфраструктури, пов'язаної з туризмом
- надання послуг за принципом справедливості (недискримінаційній) основі;
- гнучкість в отриманні послуг;
- можливість простого/інтуїтивного отримання послуги;
- наявність сприймають інформації;
- достатність невеликих фізичних зусиль;
- толерантність до ймовірних помилок;
- забезпечення «вільного простору» для варіювання методики надання послуги з урахуванням специфіки споживача.

Практична реалізація подолання проблем становлення та розвитку інклюзивного туризму полягає у необхідності консолідації зусиль всіх учасників туристичної сфери Полтавської області у створенні унікальних туристичних маршрутів для маломобільних людей.

Серед пропозицій, які потребують нагального вирішення є внесення змін до програм навчальних практик та стажування студентів напряму «Туризм». Рекомендовано розширити перелік тем та завдань, спрямованих на вирішення проблем доступності маломобільних людей до туристичних дестинацій, та розробка унікальних маршрутів та анімаційних програм для людей з обмеженими можливостями.

Робота студентів повинна полягати у наступному:

1) безпосередня участь у створенні маршрутів і внесення даних у карту (за допомогою вимірювального приладу – рулетки, а також доступу до мережі Інтернет).

2) формування переліку доступних місць, з подальшим додаванням їх на сайт Wheelmap.

Wheelmap – це відкрита і безкоштовна онлайн-карта для людей на інвалідних кріслах. Сайт дає можливість користувачам обмінюватися і отримувати доступ до інформації доступності громадських місць на кріслі-колясці.

Отже, доступний туризм – означає універсальну можливість людей подорожувати і користуватися послугами тур. індустрії без будь-яких обмежень. Доступний (accessible) туризм також називають безбар'єрним (barrier-free), який передбачає наявність (або створення) безбар'єрного середовища як для туристів, так і для місцевих жителів території, що розвивають туристичну дестинацію.

Таким чином, це дослідження підкреслює, що розвиток сектора доступного туризму сприяє економічному зростанню та зайнятості населення та наданню можливостей розвитку рекреаційного потенціалу регіону. При цьому кожне підприємство, яке надає послуги проживання маломобільних гостям зобов'язане мати в номерному фонді певний кількість номерів з універсальним дизайном. В першу чергу мова йде про пандуси – засобах забезпечення доступу в приміщення. Ці дані можуть допомогти зрозуміти чи вигідним є інклюзивний туризм і чи слід ним займатися туристичним компаніям.

### **Список використаних джерел**

1. Accessible Tourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ethics.unwto.org/content/accessible-tourism>. – Назва з екрана.
2. Екологічний та активний туризм виставці UITT-2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uaeta.org/ua/news/162>. – Назва з екрана.
3. Реалізація Конвенції ООН на Полтавщині [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://netbaryerov.org.ua/poltavska/1662-realizatsiya-konventsiji-onn-na-poltavshchini>. – Назва з екрана.
4. Універсальний дизайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ud.org.ua/>. – Назва з екрана.
5. Доступный туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://globe-all.info/available\\_tourism](http://globe-all.info/available_tourism). – Назва з екрана.
6. Онлайн-карта доступного туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wheelmap.org/>. – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

---

### **РОЛЬ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДОБРОБУТУ ЛЮДИНИ**

**Н. В. Любченко, Ф-21**

**С. Б. Єгоричева, д. е. н., професор – науковий керівник**

Фінансова грамотність – це сукупність знань, умінь й навичок, потрібних для прийняття відповідальних економічних та фінансових рішень, а також вжиття заходів із належним рівнем компетентності.

Фахівці аргументовано доводять, що фінансова освіта споживачів є тим фундаментом, що має підтримувати нормальне функціонування ринків капіталу та економіки, в цілому. Особливо актуальним це питання є в країнах, які перейшли від централізованого планування до ринкової економіки.

Однак, як показують зарубіжні дослідження, навіть у найбільш економічно розвинутих країнах більшість населення має низький рівень фінансової обізнаності. Більшість споживачів у всьому світі недостатньо підготовлена для того, щоб управляти своїми фінансами та боргами. Про це свідчить і масштабне опитування, яке провело міжнародне рейтингове агентство *Standart and Poor's* і в якому брали участі мешканці 148 країн світу. Опитування показало, що фінансово грамотною людиною є лише кожен третій. При цьому найбільша частка фінансово грамотних людей спостерігається у таких високорозвинутих країнах як США, Німеччина, Велика Британія та ін.

Щодо вітчизняних реалій фінансової обізнаності населення, то варто відзначити, що ступінь поширення фінансових послуг в Україні залишається низьким, особливо у порівнянні з європейськими державами. Так, за результатами першого всеукраїнського соціологічного дослідження «Фінансова грамотність та обізнаність в Україні» було встановлено, що 39 % населення нашої країни не мають банківських рахунків. Більшість громадян користуються лише базовими фінансовими послугами, серед яких:

- оплата комунальних платежів через банк (72 %);
- користування банківським рахунком та пластиковою картою (68 %);
- споживчий кредит (30 %);
- здійснення платежів через термінали платіжних систем (38 %);
- переказ грошей через банк (92%);
- обмін валюти (31 %) [1].

Втім, населення практично не користується інвестиційними послугами, зокрема, такими фінансовими інструментами, як акції, облігації або інвестування в недержавні пенсійні чи інвестиційні фонди.

При цьому українці не зацікавлені в отриманні більшого обсягу інформації про фінансові продукти. Це пояснюється низкою причин – браком коштів для здійснення інвестицій, слабкою довірою до фінансової системи взагалі або простим нерозумінням того, як користуватися фінансовими послугами.

Фінансова грамотність включає три взаємопов'язаних елементи.

Насамперед, це вміння заробляти гроші. Фінансово грамотна людина усвідомлює всі перспективи сучасної економічної системи, вона має відомості про цілий ряд способів заробітку і розуміє, як в них реалізуватися. На початкових етапах, само собою, відповідних навичок немає, але фінансово грамотна особистість прагне дізнатися якомога більше і навчитися заробляти багато, причому ще й стабільно. При цьому людина не шукає «легких грошей», вона прагне скористатися виключно реальними способами, які приносять постійний дохід.

По-друге, це вміння управляти грошима. Заробляти гроші – це ще далеко не все. Деякі люди одержують у спадок певну суму грошей, за рахунок якої вони можуть мати певний прибуток, але лише невелика частина людей може правильно розпорядитися цими коштами. Фінансово грамотна людина повинна мати уявлення про те, як, куди і навіщо необхідно витратити капітал, щоб жити на гідному рівні, а також мати резерв коштів на «чорний день».

Нарешті, це фінансова незалежність. Це досить поширене останнім часом поняття, проте для багатьох людей дещо незрозуміле, також вкрай важливе для фінансово грамотного

людини. Фінансова незалежність – ступінь свободи людини в матеріальному плані. Ключові особливості цієї незалежності: матеріальна самостійність, відсутність боргів, а також незалежність доходів від існуючої економічної системи в країні. Збільшення і раціональне використання заощаджень забезпечує більш високий рівень економічної і соціальної стабільності та одночасно створює основи стійкості фінансової системи і макроекономічної збалансованості [2].

Підвищення фінансової грамотності сприяє зростанню якості фінансових послуг, дозволяє розширити можливості громадян ефективніше використовувати фінансові послуги. Цей процес зменшує уразливість перед фінансовими кризами, а також веде до поступового зниження ризиків зайвої особистої заборгованості громадян за споживчими кредитами, зменшення ризиків шахрайства з боку несумлінних учасників ринку. Одночасно він є важливим фактором системи захисту споживачів фінансових послуг.

Фінансово грамотне населення, в цілому, краще підготовлене до кризових ситуацій і може краще захистити себе: розбиратися з податковими деклараціями, вибирати пенсійні плани, зберігати свої накопичення, правильно приймати інвестиційні та інші фінансові рішення і не піддаватися паніці.

Сприяє підвищенню рівня фінансової грамотності та обізнаності можна, на наш погляд, шляхом реалізації таких заходів:

- стандартизації необхідних знань та навичок;
- підготовки компетентних фахівців і викладачів з питань фінансової грамотності;
- включення питань фінансової грамотності до навчальних планів освітніх установ;
- створення центрів фінансової обізнаності при навчальних закладах і центрах зайнятості, публічних бібліотеках за сприяння місцевих органів влади та навчальних закладів;
- створення реальної системи захисту прав та інтересів споживачів на фінансовому ринку;
- проведення роз'яснювальної роботи серед учнів шкіл та молоді.

Результатом реалізації визначених цілей і завдань, спрямованих на підвищення рівня фінансової грамотності населення, повинні стати розвиток людського потенціалу, підвищення рів-

ня добробуту і фінансової безпеки громадян України, підвищення довгострокового інвестиційного попиту, приплив ресурсів населення в економіку країни, підвищення ефективності домогосподарств у прийнятті фінансово-економічних рішень, розвиток конкуренції на фінансових ринках та зміцнення фінансової стабільності національної економічної системи.

### **Список використаних джерел**

1. Бонд Роберт. Фінансова грамотність та обізнаність в Україні: Факти та висновки [Електронний ресурс] / Р. Бонд, О. Куценко, Н. Лозицька // FINREP. Проект розвитку фінансового сектору. – Київ, 2010. – Режим доступу:  
[http://finrep.kiev.ua/download/finlit\\_survey\\_6dec2010\\_ua.pdf](http://finrep.kiev.ua/download/finlit_survey_6dec2010_ua.pdf). – Назва з екрана.
2. Финансовая грамотность: что это и как добиться? Секреты успеха [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://pamm-trade.com/finansovaya-gramotnost-chto-eto-kak-dobitsya-sekretu-uspeha/6603/>. – Назва з екрана.

## **ІННОВАЦІЙНІ ПОСЛУГИ ФІНАНСОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ**

***І. В. Кошман, Ф-51***

***Т. П. Гудзь, к. е. н., доцент – науковий керівник***

Основною рушійною силою поступу, без якого неможливий розвиток економіки, є впровадження інновацій. Інновації, які запроваджують на фінансовому ринку, мають сьогодні важливе значення для успішного розвитку національних фінансових систем, і є, з одного боку, закономірним результатом його революції, а, з іншого, дають можливість фінансовим установам вирішувати конкретні проблеми. Нині інноваційні процеси охопили ринки більшості фінансових інструментів. Модернізація існуючих та створення нових фінансових продуктів і послуг ще у XX ст. стали головним чинником розвитку глобальних світових фінансових ринків, а ті ініціюють масштабні перетворення національних фінансових ринків і впливають на розвиток економік країн у цілому.

Динамічний характер ринку фінансових послуг визначається його інноваційністю, проявом якої є безперервна поява фінан-



сових інновацій, які змінюють його структуру і впливають на розвиток.

Вітчизняні вчені термін фінансова інновація тлумачать як:

- нові фінансові інструменти чи технології;
- якісний стрибок у наших уявленнях, який веде до появи зовсім нової, революційної технології;
- новий поворот у використання вже відомої ідеї;
- об'єднання вже існуючих технологій чи процесів для створення інструмента, що пристосований до конкретної ситуації.

На нашу думку, найбільш повне визначення фінансової інновації запропонувала Наталія Пантелєєва: це результат творчого пошуку нового підходу до вирішення проблеми у фінансовій галузі, який реалізується шляхом створення та дифузії нових фінансових продуктів, інструментів, технологій, процесів, інститутів, орієнтованих на ефективне управління фінансовими ресурсами та ризиками з метою забезпечення розвитку, конкурентоспроможності та фінансової стійкості в умовах мінливості економічного середовища, невизначеності й інформаційної асиметрії.

Світові тенденції у сфері розвитку фінансових інновацій на перший погляд видаються далекими від вітчизняної дійсності. Однак прагнення України стати повноцінним членом міжнародної фінансової системи вимагає відповідності світовим вимогам та стандартам. Конкуренція з кожним днем стає динамічнішою і нині успішно розвивається той, хто вміє швидко реагувати на зміни й постійно займається інноваціями. В усьому світі фінансові інновації – це не примха, а необхідність виживання, збереження конкурентоспроможності й подальшого розвитку.

Впровадження інноваційних послуг у сфері фінансового посередництва обумовлюється впливом фінансового сектора на підвищення добробуту і забезпечення сталого економічного зростання. В умовах загальних тенденцій інноваційного розвитку економіки фінансові установи змушені також дотримуватися принципів інноваційного розвитку, клієнтоорієнтованість, фінансової забезпеченість, послідовність бізнес-процесів.

Розвиток функціональних можливостей, зростання ролі інформаційних технологій, зміна моделей поведінки споживачів

та зростання рівня конкуренції між фінансовими установами, обумовлює необхідність пошуку нових інформаційно-комунікативних технологій, зокрема, застосування ігрових підходів з метою підвищення інтересу клієнтів до фінансових послуг. Одним з таких підходів є гейміфікація.

Гейміфікація – це концепція, яка передбачає використання ідей з ігр, програм лояльності та поведінкової економіки для залучення споживачів. На сьогоднішній день елементи гейміфікації застосовуються: всіма фінансовими установами – для підвищення рівня фінансової грамотності населення, надання консультацій щодо управління особистими фінансами (прикладом є сайт [SaveUp.com](http://SaveUp.com) та однойменний продукт технологічної компанії [eWise](http://eWise)); кредитними установами – для оцінки кредитоспроможності клієнтів на основі скорингових моделей (наприклад, технологічна платформа [Zaimix](http://Zaimix)); банками – для популяризації окремих інновацій, розвитку роздрібних послуг, зокрема, інтернет-банкінгу, а також стимулювання ощадної діяльності (наприклад, мобільні додатки [BBVA Game](http://BBVA Game) від іспанського банку [BBVA](http://BBVA) та [DSK Gameo](http://DSK Gameo) від болгарського [DSK Bank](http://DSK Bank)); страховими компаніями – для візуалізації потенційних загроз у житті та роз'яснення необхідності страхування (наприклад, гра [iAmFam](http://iAmFam), розроблена [American Family Insurance](http://American Family Insurance)).

Негативним наслідком гейміфікації фінансових послуг може стати зниження соціальної та фінансової відповідальності через розважальну складову. Варто звернути увагу і на те, що застосування гейміфікації передбачає зростання операційно-технологічного ризику для фінансових установ. При чому будь-які збої та порушення роботи систем сприймаються клієнтами болюче через спровокований ігровими технологіями азарт та ефект звикання.

Гейміфікація на ринку фінансових послуг є ефективним інструментом для навчання та мотивації клієнтів, проте її застосування потребує реалізації комплексу адаптаційних заходів.

До інноваційних послуг фінансових посередників, а саме банків, слід віднести мобільний банкінг.

Мобільний банкінг, у загальному розумінні, може виконувати досить диверсифіковані функції: автоматичне сплатування комунальних послуг, сплатування відсотків по кредитах, онлайн купівлі продуктів, тощо. Нині більшість експертів вва-

жають мобільний банкінг найбільш перспективним електронним каналом доставки банківських послуг, оскільки він дозволяє реалізувати ефективну маркетингову концепцію «банк, який завжди з тобою».

Новим трендом в банківських інноваціях є зближення банків з соціальними мережами. Зараз передовими проектами в сфері банківських інновацій є проекти ідентифікації клієнта по фотографії в соціальних мережах. Так компанія Socrate розробила програму Perceive, що використовує біометричні параметри клієнта для його авторизації в програмі мобільного банкінгу.

В Україні рівень інноваційного потенціалу є досить високим, але на сучасному етапі не реалізується в повному обсязі. Так в Україні впроваджується система онлайн-верифікації BankID. Система є спільним проектом «ПриватБанку» та «Ощадбанку» та створена за образом і подобою до систем, які вже давно використовуються в Великобританії, Швеції та Фінляндії. Система дозволяє підтвердити особу користувача в інтернеті, використовуючи його банківські дані, і працює за принципом верифікації через Facebook. Ця інноваційна програма дозволяє запобігати шахрайництву з банківськими рахунками та пластиковими картками.

Таким чином, необхідність для вітчизняних фінансових установ інноваційного поєднання нових інструментів, підвищення мобільності доступу клієнтів до фінансових послуг набуває істотного значення. Це сприятиме підвищенню довіри клієнтів до фінансових посередників.

### **Список використаних джерел**

1. Крупка І. М. Фінансові інновації у забезпеченні розвитку фінансового ринку та національної економіки в умовах глобалізації / І. М. Крупка // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2013. – № 145 – С. 35–37.
2. Шуба М. В. Світові тренди банківських інновацій / М. В. Шуба, А. О. Рудник // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2015. – № 12.
3. Гордієнко Т. М. Гейміфікація на ринку фінансових послуг / Т. М. Гордієнко // Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: VIII Міжнародний бізнес-форум 2015. – С. 70–72.

## **СЕКЦІЯ 2. ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ**

---

### **ВПЛИВ ДЕРЖАВНОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ НА ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА**

**А. С. Бобокало, ОА-51М**

**Ю. О. Ночовна, к. е. н., доцент – науковий керівник**

Незважаючи на економічну та фінансову кризу, українські споживачі стають більш вибагливими та соціально зрілими учасниками товарного ринку. На сьогодні, екологічно безпечна продукція користується неабияким попитом серед наших співвітчизників, а отже, наразі недостатньо виробляти та пропонувати споживачам необхідні товари. Вкрай важливо піклуватись про екологічні наслідки діяльності підприємства та виробляти продукцію, екологічно безпечну як для споживачів, так і для суспільства в цілому. Проте вітчизняні товаровиробники недостатньо враховують зміни пріоритетів споживачів, багатьох з них мало цікавлять екологічні наслідки господарської діяльності. Отже, виникає конфлікт інтересів між суспільством, яке прагне споживати безпечну для себе і довкілля продукцію, та виробником, метою якого є збільшення власних прибутків будь-якою ціною. Вирішити даний конфлікт та гармонізувати відносини між суспільством, виробництвом і природою можливо лише за допомогою свідомої державної екологічної політики.

Виробництво екологічної продукції в Україні розвивається з 1997 року, в першу чергу завдяки попиту з боку трейдерів ЄС і переробників органічного зерна, олійних, бобових культур і дикоросів. З 2007 року ситуація почала дещо змінюватись і на внутрішньому ринку розширився асортимент органічних продуктів: з'явилися органічний хліб, молоко, ковбаси, фрукти, овочі, соки, напої, сиропи, джеми, мед та крупи. З тих пір спостерігається позитивна тенденція до розвитку внутрішнього споживчого ринку органічних продуктів. Відтак, щорічне зростання вітчизняного внутрішнього ринку органічної продукції знаходиться на рівні плюс 60–100 %.

При цьому на початок 2012 року в Україні працювало близько 164 сертифікованих органічних господарств, які обробляли понад 278 800 га сільськогосподарських угідь.

За офіційними статистичними даними більшість українських органічних господарств розташована в Одеській, Херсонській, Полтавській, Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Тернопільській і Житомирській областях. Так, в Полтавській області офіційно сертифіковано два сільськогосподарські підприємства: ТОВ «Кварк» та ПП «Акроекологія», що займаються виробництвом сільськогосподарських культур, а також переробне підприємство ТОВ «Діамант».

Вони першими відчули на собі, що глобальний характер змін у навколишньому середовищі потребує відпрацювання стратегії ефективного розвитку на принципах еколого-економічної збалансованості, яка проявляється у тісному взаємозв'язку між екологічною безпекою та загальним економічним зростанням.

Проте, на сьогодні в Україні нормативно-правове регулювання екологічної діяльності здійснюється різноманітними нормативними документами, які часто не узгоджуються між собою та, на жаль, не стимулюють підприємства до посилення власної екологічної безпеки. Проведене дослідження їх змісту засвідчує, що на сьогодні втручання держави в еколого-економічний стан підприємства відбувається шляхом регулювання розмірів викидів забруднюючих речовин у навколишнє середовище та величини екологічного податку на них. Та діючий механізм стягнення екоподатку є неефективним, оскільки не стимулює суб'єктів господарювання до вдосконалення технології виробництва, оновлення застарілою матеріально-технічної бази та охорони навколишнього середовища. На нашу думку, дану проблему може вирішити нарахування екологічного податку з урахуванням загального рівня екологічної безпеки підприємства як інтегрального показника.

До того ж важливу роль у реалізації стратегії підвищення рівня екологічної безпеки підприємств України відіграють капітальні інвестиції, в тому числі і в охорону навколишнього природного середовища. Проте динаміку капітальних інвестицій в Україні за останні роки не можна оцінити однозначно позитивно.

Негативно позначилася на інвестиційній діяльності вітчизняних підприємств та призвела до обвального її згортання загальноєкономічна криза 2008–2009 рр. У 2010–2011 рр. розпочався процес поступового відновлення інвестиційної активності, але із суттєвим відставанням від динаміки економічного зростання. У

2012 р. позитивна динаміка інвестиційних процесів збереглася в основному за рахунок інтенсивного інвестування у будівництво нових спортивних об'єктів та оновлення інфраструктури у рамках підготовки до Євро-2012. Проте через загострення політичної та соціально-економічної ситуації в країні наприкінці 2013 р. і початок військових дій на Сході України обсяги капітальних інвестицій почали стрімко скорочуватися. Так, за підсумками 2014 р. обсяг освоєних капітальних інвестицій в Україні скоротився майже на 24 % порівняно з попереднім роком.

Динаміка капітальних інвестицій в охорону навколишнього природного середовища в Україні, засвідчує, що обсяг капітальних інвестицій та поточних витрат на охорону довкілля у 2013 р. склав 20 377,8 млн грн, що на 7,0 % менше, ніж у попередньому році.

Основним джерелом інвестування екологічних проєктів в Україні із року в рік традиційно залишаються власні кошти вітчизняних підприємств. Їх питома вага становить близько 70 % від усього обсягу інвестицій. На нашу думку, подібна тенденція була б цілком прийнятною, якби не той факт, що досягнення такого результату значною мірою залежить від стійкості фінансового стану вітчизняних підприємств та отримання прибутку. Між тим обсяги прибутків українських підприємств на фоні затяжної фінансово-економічної кризи можуть виявитися недостатніми для забезпечення стрімкої екологізації економіки країни у найближчі роки.

З огляду на це, Україна потребує невідкладного залучення іноземних інвестицій, які за умов здійснення виваженої державної екологічної політики можуть стати потужним джерелом впровадження інноваційних технологій, виробництва екологічно безпечної продукції та оновлення матеріально-технічної бази для зменшення негативного впливу на довкілля. Адже сьогодні вчені усіх країн світу працюють над вирішенням глобальних екологічних проблем. Те, що людина зробила з навколишнім середовищем, по своїх масштабах є катастрофічним. Забруднена атмосфера, гідросфера, знищені мільйони гектарів родючих ґрунтів, величезних розмірів досягло обезліснення і опустелювання – руйнується біосфера Землі. Існує величезний ризик самознищення людства в результаті власної безвідповідальної діяльності, діяльності заради швидкої наживи. За таких обста-

вин, постає реальна потреба у розробці нової парадигми державної екологічної політики та розвитку соціально-відповідального бізнесу.

## **ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШОВИХ КОШТІВ В УКРАЇНІ**

**Н. О. Тюніна, ОА-51М**

**Ю. О. Ночовна, к. е. н., доцент – науковий керівник**

Всесвітня мережа Інтернет з кожним днем охоплює все більше сфер людської життєдіяльності, відповідно, зростає необхідність у проведенні зручних і швидких розрахунків між користувачами, в тому числі, які знаходяться у різних країнах. Саме цю функцію виконують електронні гроші. Спочатку вони використовувалися для здійснення вузького кола платежів, але зараз масштаби їхнього використання постійно зростають. Так, за допомогою електронних грошей можна купити авіа та залізничні квитки, оплатити комунальні послуги, поповнити рахунки мобільних операторів, заплатити за Інтернет і кабельне телебачення, купити товари в інтернет-магазині тощо.

Електронні гроші – це віртуальні грошові одиниці, за допомогою яких здійснюються розрахунки в мережі Інтернет. Це, по суті, ті ж грошові знаки, що мають таку ж цінність, як і реальні гроші, з тією лише різницею, що весь їхній оборот відбувається виключно в електронному вигляді в Інтернеті. Вони можуть бути в різних валютах, їх можна обміняти на реальні гроші і навпаки. Але електронні гроші – це не одне і те ж саме, що і безготівкові кошти на банківських рахунках. І їх ні в якому разі не можна ототожнювати.

Переваги і недоліки електронних грошей узагальнені в табл. 1.

**Таблиця 1 – Переваги та недоліки електронних грошових коштів**

<b>Переваги</b>	<b>Недоліки</b>
Доступність	Платоспроможність електронних грошей гарантується винятково емітентом
Анонімність платежів	Електронні гроші існують тільки в рамках тієї платіжної системи, де вони емітовані
Швидкість і зручність	Зберігання грошей користувачів відбувається на рахунках юридичних осіб

Переваги	Недоліки
Низька вартість емісії електронних грошей	Відсутність процента, який нараховується за зберігання грошей на рахунках банку
Платежі фіксуються електронними платіжними системами	Неможливість відновлення власникам грошової вартості при фізичному знищенні носія електронних грошей
	Ризики шахрайства

Сучасний стан ринку електронних грошей в Україні характеризується наступними показниками. Обсяг електронних грошей в обороті України становить 15–18 млрд грн. Щорічне зростання ринку електронних грошей знаходиться на рівні 45–55 %. Загальна кількість користувачів електронних грошей охоплює 300–400 тис. чол. Загальна кількість «електронних гаманців» користувачів України у 2015 р. склала 40 млн. При цьому за 26,5 млн із них було здійснено більше ніж одну платіжну операцію. Загальна сума операцій, на яку українські користувачі «електронних гаманців» здійснили оплату за отримані товари, роботи або послуги у 2015 р., склала 3,238 млрд грн, що у 2,3 рази перевищує аналогічний показник 2014 р. (1,4 млрд грн). Всього станом на 1 січня 2016 р. в обігу знаходилося електронних грошей на 30,692 млн грн при 12,5 млн грн – у 2014 р. На сьогодні 17 банків України мають право на емісію електронних грошей, вони обслуговують 5 найпотужніших електронних платіжних системи. Найбільшими емітентами електронних грошей в Україні у 2015 р., зокрема, стали Фідобанк (електронна платіжна система Monexy) – на 12,379 млн грн, Альфа-Банк (електронна платіжна система Maxi) – на 9,315 млн грн, Ощадбанк (електронна платіжна система GlobalMoney) – на 8,5 млн грн. Крім того для здійснення платіжних операцій електронними грошима у мережі Інтернет можна скористатися різними міжнародними електронними платіжними системами, найбільш розповсюдженими з яких є: PayPal, E-Gold, ГлобалМані, WebMoney, МастерКард, Виза.Вимоги, що регулюють випуск та використання електронних грошей в Україні, викладені у статті 15 Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» та Положенні про електронні гроші в Україні, затверджене



постановою Правління Національного банку України від 04.11.2010 р. № 481 (зі змінами та доповненнями).

Ними встановлено, що:

- випуск електронних грошей може здійснювати виключно банк;

- випуск електронних грошей здійснюється шляхом їх надання користувачам або комерційним агентам в обмін на готівкові або безготівкові кошти;

- банк має право випускати електронні гроші на суму, що не перевищує суму отриманих ним грошових коштів;

- банк, що здійснює випуск електронних грошей, зобов'язаний погашати випущені ним електронні гроші на вимогу користувача;

- порядок здійснення операцій з електронними грошима та максимальна сума електронних грошей на електронному пристрої, що перебуває в розпорядженні користувача, обмежується Національним банком України: до 4 000 грн – для непоповнюваного електронного пристрою та 62 000 грн – для поповнюваного електронного пристрою;

- банк має право надавати своїм клієнтам, у тому числі шляхом укладення з юридичними особами агентських договорів, такі фінансові послуги у сфері використання електронних грошей: емісію електронних грошей, розповсюдження електронних грошей – операції з надання електронних грошей користувачам, які не пов'язані із зобов'язанням щодо їх погашення; обмін електронних грошей – операції з обміну електронних грошей на готівку і навпаки; погашення електронних грошей – операція з вилучення електронних грошей з обігу з одночасним наданням їх пред'явникові готівкових або безготівкових коштів.

Водночас, Директивою ЄС № 110 від 2009 р. передбачено, що випуск електронних грошей, крім банків, можуть здійснювати й інші фінансові установи, але за певних умов, а саме:

- ліцензування діяльності установи-емітента електронних грошей;

- внесення установи-емітента електронних грошей до державного реєстру;

- розмір статутного капіталу установи-емітента електронних грошей має бути не меншим, ніж 350 000 євро;

– забезпечення установою-емітентом електронних грошей захисту коштів, отриманих в обмін на випущені електронні гроші; обмеження електронних грошей на електронному пристрої, що перебуває у розпорядженні користувача: 250 євро – для непоповнюваного електронного пристрою і 2 500 євро – для поповнюваного електронного пристрою.

В НБУ також мають намір дозволити небанківським установам випускати електронні гроші. Дана ініціатива виникла в рамках процесу гармонізації українських норм з європейськими та відповідає директиві ЄС. У той же час Нацбанк не назвав дати можливого ухвалення рішення. Адже для його запровадження необхідно внести зміни у чинне законодавство та розробити відповідні інструменти контролю за емісією та використанням електронних грошей.

Для подальшого успішного розвитку електронних грошей в Україні важливим є:

1) застосування виваженої правової регламентації, спрямованої, з одного боку, на підтримку розвитку електронних грошей, а з іншого – на запобігання їх використання з метою ухилення від оподаткування та контролю;

2) подолання складнощів з ситуативним перерозподілом суб'єктів ринку і сфер регулювання між регуляторами.

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ**

***Н. В. Любченко, Ф-21***

***В. Л. Вороніна, к. е. н., доцент – науковий керівник***

Бухгалтерський облік – надзвичайно важлива частина організації будь-якого підприємства.

Актуальністю даної теми є те, що завдяки обліку люди можуть контролювати всі процеси на підприємстві та робити прогнози для подальшого планування. Саме це необхідно для роботи спеціаліста будь-якого напрямку та підприємств в загалом.

Даною темою займалися такі дослідники як: Ф. Ф. Бутинець, Ф. Беста, Е. П. Леоте, А. Гільбо, І. Ф. Шер, Л. Р. Діксі, В. А. Кулик та багато інших.

Головною метою складання балансу в будь-якій установі та на будь-якому підприємстві, відповідно до НП(с)БО1 «Загальні

вимоги до фінансової звітності», є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства [1].

Облік як засіб управління господарством зародився в сиву давнину і виник з потреб відображення процесу створення матеріальних благ.

**Таблиця 1 – Розвиток балансу у Стародавньому світі**

<b>Країна</b>	<b>Вид балансу</b>	<b>Особливості складання та використання балансу</b>
Стародавній Китай	Матеріальний баланс	Використання балансів для контролю за рухом і збереженням цінностей
Стародавня Греція	Баланс окремих господарств, баланс фінансово-кредитних установ	Використання балансів для контролю за рухом коштів від здійснення кредитних операцій
Стародавній Рим	Баланс держави	Складання балансу державного господарства для відображення кошторисних асигнувань та їх виконання, а також найважливіших предметів державної власності (ліси, луки, солеварні, флот)
	Баланс родини	Складання бухгалтерського балансу з використанням подвійного запису у грошовому вимірюванні

У Стародавньому Римі, з його величезними багатствами, ведення обліку на державному рівні було необхідним для здійснення контролю та ефективного управління.

За часів правління Юлія Цезаря, у кожній провінції велася книга кошторисних асигнувань та їх використання, ці дані потім узагальнювались у книзі імперських рахунків, яку можна розглядати як перший баланс державного господарства.

Саме у цей період завершився розвиток стародавнього бухгалтерського обліку. Можна зробити висновок, що у Стародавньому Світі баланс використовувався як система показників, що відображала кількісне співвідношення двох елементів або

сторін будь-якої діяльності. К. Ю. Циганков стверджує, що подвійна бухгалтерія зародилася саме у Стародавньому Римі. Основи подвійної форми ведення бухгалтерського обліку пізніше знаходять своє відображення у Середньовіччі у вигляді венеціанського і флорентійського способів бухгалтерського обліку. Вчений зазначає, що венеціанський, був спрощеним і використовував баланс лише як спосіб перевірки правильності ведення бухгалтерського обліку. Другий, флорентійський, був значно складнішим і, практично ідентичним до сучасного. Однак, флорентійський варіант подвійної бухгалтерії до середини ХІХ ст. тримався у таємниці, тому розвиток подвійної бухгалтерії відбувався через удосконалення венеціанського способу обліку.

Виникнення подвійної бухгалтерії пов'язано з Л. Пачолі та його Трактатом «Про рахунки та записи». У ньому зазначено, що рахунки активів, включаючи особисте майно купця, повинні розміщуватися зліва, а джерела їх утворення – з права. Так, у бухгалтерському балансі з'явилися дві сторони – актив і пасив.

Джерелом даних для складання балансового звіту є Головна книга. В країнах, де немає законодавчо закріпленої форми балансу, структура рубрик звіту про майновий стан відповідає специфіці конкретного підприємства і встановлюється відповідно до принципу повного розкриття господарської інформації, особливо це характерно для країн англо-американської системи обліку. Порядок розміщення статей в балансі може значно варіюватись. Так, в горизонтальній формі баланс подається в Україні, Бельгії, Італії, Німеччині, Португалії, Росії, США, Франції – актив ліворуч, пасив праворуч [2].

Для країн, що відносяться до англо-американської облікової концепції характерний довільний підхід до ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності. Основою такого підходу є принцип «дозволено те, що не заборонено». Облікові стандарти у цих країнах не регламентуються державою і носять не обов'язковий, а рекомендаційний характер. Ними передбачаються загальні принципи побудови обліку та звітності, усе інше визначається підприємством самостійно.

В Нідерландах законодавче закріплені дві форми балансу, які можуть використовуватись – або вертикальна, або горизонтальна.

Італійськими підприємствами баланс надається у звичайній горизонтальній формі – ліворуч «актив», праворуч – «пасив».

В кінці балансу вказують всі позабалансові зобов'язання компанії – гарантії видані і отримані, доручення, договірні зобов'язання по майбутніх купівлях і продажах, майбутні виплати по лізингу тощо.

В Швейцарії взагалі не встановлена обов'язкова форма балансу, він може бути представлений в горизонтальній або вертикальній формі. Порядок класифікації не має значення: оборотні засоби і кредиторську заборгованість (до одного року) можна відображати до або після основних засобів і капіталу. Однак законом встановлена мінімально необхідна структура балансу, він повинен містити обов'язково чотири розділи: оборотні засоби, основні засоби, кредиторську заборгованість та капітал.

В деяких країнах групування здійснюється за ступенем ліквідності. Наприклад, у Франції, Росії, Україні, Молдові, Німеччині та інших країнах, які використовують МСБО в якості національних стандартів, статті розташовуються в порядку збільшення ліквідності, в країнах англо-американської системи обліку, Естонії – в порядку її зменшення. Так, відповідно до вимог США основні компоненти балансового звіту групуються та викладаються в такому порядку: активи – в порядку зменшення їх ліквідності; зобов'язання – в порядку строків їх погашення; власний капітал – в порядку його постійності, тобто першими показуються його різновиди, що найменшою мірою піддаються змінам [3].

В Португалії кожний рядок балансу відповідає двох- або трьохзначному номеру рахунку бухгалтерського обліку. Узагальнення наведених даних (комбінування рахунків) можливе тільки при складанні звітності малих підприємств. Цифрові дані в балансі надаються у вигляді трьох колонок: первісна вартість активів, нарахована амортизація, залишкова вартість.

**Висновки.** Складання бухгалтерського балансу є завершальним етапом облікового процесу на підприємстві, головна мета якого є представлення фінансової інформації у стислій, компактній формі. Незважаючи на міжнародні стандарти, бухгалтерський баланс кожної зарубіжної країни має свої особливості або і матиме зовсім інший вигляд.

### Список використаних джерел

1. Загальні вимоги до фінансової звітності [Електронний ресурс] : Наказ України від 07.02.2013 р., № 73. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13/>. – Назва з екрана.
2. Михайлова Т. П. Міжнародний облік і аудит / Т. П. Михайлова. – Донецьк : Вид-во ДонДУЕТ, 2006. – 345 с.
3. Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) 2004 / Фонд Комітету з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (ФКМСБО). – 2007.

## СЕКЦІЯ 3. ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ

---

### ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТА НАПРЯМИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

**Т. В. Вітер**, ОА-51м

**В. О. Подольська**, доцент – науковий керівник

**Постановка проблеми.** У новій економічній ситуації, яка характеризується посиленням конкуренції і загостренням проблеми виживання, зростає значення аналізу фінансової стійкості підприємства. Основне його завдання – вивчення системи показників фінансової стійкості з метою її моніторингу, оцінки та регулювання.

Фінансова стійкість підприємства є однією із найважливіших характеристик фінансового стану і пов'язана з рівнем його залежності від кредиторів та інвесторів. Нині значна кількість підприємств України потребує заходів щодо їх фінансового оздоровлення з метою забезпечення достатнього рівня платоспроможності, зміцнення фінансової стійкості та поліпшення виробничої діяльності. Тому саме зараз, у час підвищення процесів глобалізації в економіці, забезпечення фінансової стійкості та управління нею є одним із пріоритетних завдань.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Фінансові кризи, що виникають з прогресуючою інтенсивністю, починаючи з 90-х рр. XX ст. у різних країнах та цілих регіонах світу, зумовили підвищену увагу науковців та практиків до проблеми стійкості фінансових систем. Дослідженню питань поліпшення фінансового забезпечення, зокрема, створення умов для фінансово

стійкої діяльності господарюючих суб'єктів присвячено наукові праці як вітчизняних, так і зарубіжних учених, зокрема: Е. Альтмана, І. О. Бланка, О. І. Барановського, Ф. Ф. Бутинця, О. Г. Білої, О. М. Волкової, Л. А. Лахтіонової, Є. В. Мниха, О. В. Павловської, В. О. Подольської, Н. О. Русак, В. А. Русак, Г. В. Савицької, В. К. Савчука, О. О. Терещенка, В. В. Чепурко, А. Д. Шеремета, О. В. Яріш та інших учених.

**Формулювання мети.** Метою статті є висвітлення проблем оцінки фінансової стійкості та напрямів її підвищення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Фінансова стійкість підприємства – головний компонент загальної стійкості, який відображає такий стан і структуру фінансових ресурсів підприємства, їх розподіл і використання, здатність виконувати свої зобов'язання та забезпечувати розширений розвиток підприємства на основі зростання прибутку та капіталу без посилення залежності від зовнішніх джерел фінансування (тобто за умови збереження платоспроможності та кредитоспроможності в умовах припустимого рівня ризику) [1].

Фінансова стійкість підприємства визначається, насамперед, оптимальною структурою як активів, так і джерел фінансування підприємства. Процес оптимізації даної залежності називається левериджем. Його можна розглядати як фактор, незначна зміна якого може призвести до значної зміни результативних показників, тому леверидж розглядається як процес управління активами й направлений на зростання прибутку [2].

Перелік внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на фінансову стійкість підприємства надано у табл. 1.

**Таблиця 1 – Фактори, що впливають на фінансову стійкість підприємства**

<b>Внутрішні фактори</b>	<b>Зовнішні фактори</b>
Галузева належність суб'єкта господарювання	Економічні умови господарювання
Структура продукції (послуг), що випускається, її частка в загальному платоспроможному попиті	Політична стабільність
Розмір сплаченого статутного капіталу	Техніка і технологія
Розмір і структура витрат, їх динаміка у порівнянні з прибутком	Платоспроможний попит споживачів

<b>Внутрішні фактори</b>	<b>Зовнішні фактори</b>
Стан майна і фінансових ресурсів, включаючи запаси й резерви	Економічна і фінансово-кредитна законодавча база
	Соціальна і екологічна ситуація в суспільстві
	Податкова політика
	Рівень конкурентної боротьби
	Розвиток фінансового і страхового ринку

В умовах зовнішньої нестабільності розвитку, великого значення набуває аналіз того, як здійснюється управління фінансовою стійкістю підприємства. Від правильного вибору його моделі залежить як управління фінансовим забезпеченням компанії або підприємства, так і фінансова стабілізація на макро- і мікроекономічному рівні та економічна незалежність у цілому.

Тенденції розвитку економічної економіки в наш час вимагають звернути увагу кожного власника на фінансові показники розвитку свого підприємства задля досягнення його фінансової стійкості та відведення загрози банкрутства. Особливо гостро дане питання стоїть перед підприємствами України, адже забезпечення фінансової стійкості кожного підприємства, для цієї держави, це проблема номер один.

Проблеми фінансової стійкості відносяться до числа найбільш важливих не тільки фінансових, але й загальноекономічних проблем. Аналізуючи ситуацію, що склалася в Україні, можемо зробити висновок, що на сьогоднішній день істотно впливає на фінансову стійкість фаза економічного циклу, у якій перебуває економіка країни. У період кризи відбувається відставання темпів реалізації продукції від темпів її виробництва. Зменшуються інвестиції в товарні запаси, що ще більше скорочує збут. Знижуються в цілому доходи суб'єктів економічної діяльності, скорочуються відносно й навіть абсолютно масштаби прибутку. Все це веде до зниження ліквідності підприємств, їхньої платоспроможності, а в цілому й фінансової стійкості підприємства, оскільки у період кризи підсилюється серія банкрутств [3].

Вирішення проблеми підвищення фінансової стійкості і ліквідності підприємства, та збільшення наявності власних



коштів є реальним і можливим перш за все за рахунок подальшого збільшення обсягу реалізації продукції, розмірів прибутку та підвищення рівня прибутковості.

До основних шляхів підвищення фінансової стійкості підприємства, на які варто звернути особливу увагу, можна віднести:

- для раціонального використання виробничих запасів запровадити чітку систему планування цих запасів;

- для зменшення ризику неповернення коштів за реалізовану продукцію здійснювати аналіз платоспроможності та фінансової стійкості покупців;

- для покращання роботи із дебіторами необхідно розробити політику збору платежів за реалізовану продукцію щодо своїх контрагентів;

- запровадити моніторинг щодо стану дебіторської заборгованості та впроваджувати заходи для зменшення частки дебіторської заборгованості в структурі оборотного капіталу;

- для збільшення ліквідності, підвищення рентабельності та прибутків підприємства слід використовувати такий вид банківських послуг, як факторинг.

**Висновки.** Фінансова стійкість підприємства передбачає такий стан фінансових ресурсів, за раціонального розпорядження якими гарантується наявність власних коштів, стабільна продуктивність і забезпечується процес розширеного відтворення. Недостатня фінансова стійкість підприємства найчастіше зумовлює неплатоспроможність, надмірна – створення надлишкових запасів, що збільшує витрати на їхнє утримання, стримує темп розвитку підприємства. Тому правильність підходів до кількісної оцінки фінансової стійкості підприємства вкрай важлива для нього, бо дає змогу виявити причини фінансової дестабілізації (якщо таке існує), розробити й реалізувати конкретні заходи щодо усунення першопричин.

### Список використаних джерел

1. Дорогань Л. О. Аналіз фінансової стійкості як необхідна умова забезпечення стабільності функціонування підприємств // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2007. – № 4. – С. 157–160.
2. Механізм забезпечення фінансової стійкості підприємств [Електронний ресурс] / Українська кооперація. Економіка : [сайт]. – Режим доступу: <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/2010-3/num/Cskljar.htm>. – Назва з екрана.

3. Кизим М. О. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства : монографія / М. О. Кизим, В. А. Забродський, В. А. Зінченко, Ю. С. Копчак. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2009. – 144 с.

## **ВИКОРИСТАННЯ МАТРИЦІ SWOT-АНАЛІЗУ ДЛЯ ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

**Д. Фоменко, ОА-51м;**

**Т. Вітер, ОА-51м;**

**О. Василенко, ОА-51м**

**В. О. Подольська, доцент – науковий керівник**

Ефективність навчального процесу і конкурентоспроможність кінцевого продукту ВНЗ залежить від системи управління. Стратегічне управління розвитком ВНЗ здійснюється на трьох рівнях: 1) на рівні навчального закладу формуються стратегічні напрями діяльності, його організаційна структура і розподіл ресурсів; 2) на рівні структурних підрозділів реалізуються стратегії направлені на утримання конкурентних переваг на освітньому ринку; 3) на функціональному рівні забезпечується виконання стратегічних завдань сформованих на рівні установи в цілому і структурних підрозділів. Об'єктивно проведений стратегічний аналіз створює інформаційну базу для формування місії, визначення цілей, розробки плану заходів по реалізації стратегії ВНЗ. SWOT-аналіз – один із стратегічних методів, який найчастіше використовується як у бізнесі, так і в сфері вищої освіти. Він сприяє цілісному розумінню внутрішніх і зовнішніх факторів, існуючих і прогнозованих майбутніх тенденцій, які впливають на формування «стратегії», дозволяє одночасно оцінити внутрішнє середовище ВНЗ, яке відображається в аналізі його сильних і слабких сторін та зовнішнє середовище – в можливостях та загрозах. Для проведення SWOT-аналізу на рівні окремої кафедри нами була використана методика з вибором незалежних факторів зовнішніх можливостей і загроз. З урахуванням методичних вимог даної методики, ми розробили анкету для опитування експертної групи, до складу якої були включені фахівці, компетентні у питаннях, які винесені на обговорення. При проведенні SWOT-аналізу необхідно визначити не тільки можливості і загрози зовнішнього середовища, але й виявити ймовірність їх використання та вплив обраних можливостей і загроз на результати діяльності. Оцінка цих двох параметрів проводилася за 10-бальною шкалою.

Метою внутрішнього аналізу є глибоке вивчення роботи кафедри і надання керівництву інформації, яка необхідна для вибору стратегії.

За результатами оцінки експертів було визначено перелік можливостей, загроз, сильних, слабких сторін розвитку (рис. 1) і сформовано матрицю SWOT-аналізу, де було визначено, що кафедра дотримується стратегії Максі – Міні, має сильне внутрішнє середовище і використовує його для подолання зовнішніх загроз (рис. 2).

<p><b>Можливості:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зростання кількості студентів на кафедрі.</li> <li>2. Створення фонду науково-методичного забезпечення за окремими дисциплінами кафедри.</li> <li>3. Розширення, активізація наукової діяльності викладачів кафедри.</li> <li>4. Покращення методики викладання дисциплін кафедри бухгалтерського обліку.</li> <li>5. Налагоджена система конкурсів, конференцій тощо.</li> <li>6. Створення єдиного інформаційного середовища.</li> <li>7. Розвиток міжнародних зв'язків.</li> <li>8. Проведення зустрічей «Випускник – Кафедра – Факультет» з метою створення додаткових фондів фінансування</li> </ol>	<p><b>Загрози:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зменшення кількості абітурієнтів.</li> <li>2. Небажання бізнес-сектору співпрацювати з кафедрою через низьку якість освіти.</li> <li>3. Зміна потреб суспільства у отриманні освіти за фахом «Облік і аудит».</li> <li>4. Загострення платіжної кризи в країні.</li> <li>5. Баžання отримати освіту за кордоном.</li> <li>6. Зростаючий конкурентний вплив.</li> <li>7. Знецінення вищої освіти.</li> <li>8. Зниження якості середньої загальної (повної) освіти.</li> <li>9. Демографічна ситуація в державі</li> </ol>
<p><b>Сильні сторони:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Участь викладачів у науково-дослідній роботі.</li> <li>2. Поточне і стратегічне планування науково-дослідної роботи кафедри.</li> <li>3. Видання монографій через центральні видавництва і внутрішньо вузівським способом.</li> <li>4. Висока кваліфікація персоналу.</li> <li>5. Висока частка кандидатів наук.</li> <li>6. Висока культура поведінки.</li> <li>7. Колективна робота колективу.</li> <li>8. Розробка і оновлення робочих програм за дисциплінами.</li> <li>9. Висока забезпеченість навчально-методичними посібниками за дисциплінами кафедри.</li> <li>10. Підготовка дистанційних курсів по дисциплінах кафедри</li> </ol>	<p><b>Слабкі сторони:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Не відпрацьована система підтримки і стимулювання викладачів.</li> <li>2. Консерватизм у викладанні окремих дисциплін.</li> <li>3. Висока щільність робочих місць в кабінетах викладачів.</li> <li>4. Відсутня можливість вибору студентом провідного викладача.</li> <li>5. Студенти не залучаються до формування навчальних планів</li> </ol>

Рисунок 1 – Перелік можливостей, загроз, сильних, слабких сторін розвитку кафедри

		Стан зовнішнього середовища	
		Можливості	Загрози
Стан зовнішнього середовища	Сильні сторони	<b>СИЛА І МОЖЛИВОСТІ</b>  $10 + 8 = 18$  <b>МАКСІ – МАКСІ</b>	<b>СИЛА І ЗАГРОЗИ</b>  $10 + 9 = 19$ Управлінські дії спрямовано на подолання загроз, що можуть виникнути з боку зовнішнього середовища, шляхом використання внутрішніх переваг  <b>МАКСІ – МІНІ</b>
	Слабкі сторони	<b>СЛАБКІСТЬ І МОЖЛИВОСТІ</b>  $5 + 8 = 13$  <b>МІНІ – МАКСІ</b>	<b>СЛАБКІСТЬ І ЗАГРОЗИ</b>  $5 + 9 = 14$  <b>МІНІ – МІНІ</b>

Рисунок 2 – Матриця SWOT-аналізу кафедри

Поле «Сила – Загрози» націлює управлінські дії на подолання загроз, що можуть виникнути з боку зовнішнього середовища, шляхом використання внутрішніх переваг

Проведене дослідження показало, що своєчасно проведений аналіз середовища функціонування ВНЗ та об'єктивна оцінка його результатів дозволяють керівництву зробити оптимальний вибір напряму розвитку навчального закладу в умовах ринкового середовища. Однак на сьогодні вибір стратегії керівництвом освітнього закладу здійснюється не завжди обґрунтовано і досить часто тому не приносить очікуваних результатів. З огляду на це, питання розробки алгоритму формування стратегії розвитку вищого навчального закладу залишається відкритим і потребує подальших досліджень.

### Список використаних джерел

1. Подольська В. О. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / В. О. Подольська, О. В. Яріш. – Київ : Центр навч. л-ри, 2007. – 488 с.

2. Пономарчук Н. Використання SWOT-аналізу для просування освітніх послуг на регіональному ринку / Н. Пономарчук // Екон. аналіз. – 2009. – Вип. 4. – С. 62–64.
3. Козак О. Стратегічне управління конкурентоспроможністю вищого навчального закладу [Електронний ресурс] / О. Козак // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2012. – Вип. 2 (7). – С. 89–97. – Режим доступу:  
<http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12komvnz.pdf>. – Назва з екрана.
4. Рябова З. В. Маркетингові дослідження в управлінні навчальним закладом [Електронний ресурс] / З. В. Рябова. – Режим доступу:  
<http://tme.umo.edu.ua/>. – Назва з екрана.
5. Гладченко М. М. Swot-аналіз-складова частина стратегічного менеджменту вищих навчальних закладів країн ЄС [Електронний ресурс] / М. М. Гладченко. – Режим доступу:  
<http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/7518/1/Gladchenko.pdf>. – Назва з екрана.

## **МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНОГО АНАЛІЗУ В УПРАВЛІННІ ПРИБУТКОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Т. В. Чижик**, ОА-31

**Н. І. Самбурська**, к. е. н., доцент – науковий керівник

Аграрний сектор є важливою стратегічною галуззю національної економіки України. Станом на кінець 2014 року продукція сільськогосподарського комплексу (включаючи мисливство та лісове господарство) у ВВП країни склала близько 11,8 % (не враховуючи територію Криму, м. Севастополь та зону АТО). У цій галузі станом на 2014 рік працювали 3 091,4 тис. осіб, що становило близько 17 % зайнятого населення України. Так, у цьому секторі працює близько 52,5 тисяч підприємств. Із них господарські товариства – 14,8 %, приватні підприємства – 7,2 %, кооперативи – 1,3 %, фермерські господарства – 75 %, державні підприємства – 0,4 %, інші організаційні форми – 1,3 % [1]. Утім, проблемою залишається їх збиткова діяльність. З огляду на це, особливого значення набуває необхідність управління прибутком сільськогосподарських підприємств та своєчасне отримання об'єктивної, повної та достовірної інформації, яку можуть забезпечити лише якісно сформовані аналітичні дані.

Маючи досить потужний ресурсний потенціал, яким забезпечений аграрний сектор економіки України – майже чверть світового запасу родючих чорноземів, помірні кліматичні умови, працьовиті та високоосвічені трудові ресурси, вигідне геополітичне розташування держави, розвиток сільського господарства стримують такі проблеми, узагальнені нами в групі.

1. Правові (зміна податкової політики держави; розбіжності в нормативно-законодавчих документах; політична нестабільність).

2. Економічні (нестача власних коштів для здійснення фінансово-господарської діяльності, недостатня забезпеченість та зношеність матеріально-технічної бази; низький рівень конкуренції, а здебільшого випадків її відсутність; наявність на ринку дешевших імпортних продуктів харчування низької якості та за низькими цінами).

3. Соціальні (старіння сільського населення; деградація сільських населених пунктів; зменшення реальних доходів сільського населення в розрахунку на одного члена сім'ї; низький рівень соціального захисту сільського населення)

4. Екологічні (недосконалість нормативно-законодавчої бази щодо охорони навколишнього середовища, зниження родючості ґрунтів, сезонність виробництва).

Фермерські господарства в усьому світі отримують державні дотації. Причина в тому, що ціни на сільськогосподарську продукцію у світі за різних причин знижуються, а витрати на виробництво – ні. В результаті сільськогосподарські виробники зазнають збитків. Ті ж підприємства, які отримують прибуток (після сплати податків на нього) не мають можливості реалізувати інвестиційні проекти. Не стало виключенням і досліджуване нами підприємство – ТОВ «Агрофірма Миколаївка». Так, чистий прибуток суб'єкта дослідження у 2012 р. склав 207 тис. грн, у 2013 р. – 112 тис. грн, а у 2014 р. цей показник вже становив 72 тис. грн.

З урахуванням перелічених нами проблем функціонування сільськогосподарських підприємств, створено масив даних з набором показників за кожен квартал 2012–2014 рр., які могли мати вплив на прибуток ТОВ «Агрофірма Миколаївка», а саме: коефіцієнт сезонності, тривалість 1 обороту капіталу; коефіцієнт доплати до повного фонду заробітної плати; коефіцієнт придатності основних засобів; фондівіддача; фондомісткість; фондо-

озброєність; продуктивність праці одного штатного працівника; чисельність працівників; коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості тощо. Після цього, перевірено наявність зв'язку між прибутком підприємства та переліченими факторами. В результаті побудови кореляційної матриці визначено, що тісний зв'язок між собою мають: коефіцієнт доплати до повного фонду заробітної плати (відношення фонду оплати праці, усього, до фонду основної заробітної плати), разів ( $X_1$ ); фондівіддача (відношення чистого доходу до середньорічної вартості основних засобів), грн/грн ( $X_2$ ); чисельність працівників підприємства ( $X_3$ ) (табл. 1).

**Таблиця 1 – Дані для побудови моделі**

Період		Чистий прибуток	Коефіцієнт доплати до повного фонду заробітної плати, разів	Фондовіддача, грн/грн	Чисельність працівників, осіб
Рік	Квартал	У	$X_1$	$X_2$	$X_3$
2012	I	41,45	40,1	0,638	85
	II	62,4	42,1	0,592	87
	III	88,6	45,5	0,421	88
	IV	14,55	30	0,583	85
2013	I	28	45,3	0,7	83
	II	28	43,1	0,81	85
	III	40	45,4	0,74	86
	IV	16	46,4	0,74	83
2014	I	16	34,6	0,9	89
	II	17	34,6	1,1	90
	III	19	34,1	1	89
	IV	20	35,2	1	89

За результатами регресійної статистики та дисперсійного аналізу визначено модель, яка має найбільш високі показники достовірності та відповідності. Коефіцієнт детермінації становить 94,69 %. Значення коефіцієнтів достовірні, що підтверджує перевищення розрахункового критерію Стьюдента над табличним більш ніж у 2 рази. Отже, модель має вигляд (1):

$$Y = -630,694 + 2,25X_1 - 96,622X_2 + 7,487X_3. \quad (1)$$

При цьому кожен фактор має наступний вплив на прибуток ТОВ «Агрофірма Миколаївка»:

- збільшення коефіцієнту доплати до повного фонду заробітної плати на 1 грн призведе до збільшення прибутку на 225 грн, тобто працівників доцільно заохочувати надбавками та преміями;

- при збільшенні фондівіддачі на 1 грн прибуток підприємства зменшиться на 9 662 грн, отже терміново необхідно оновлювати матеріально-технічну базу підприємства – оприбутковувати чи поліпшувати, а не проводити поточні ремонти;

- при збільшенні чисельності працівників на 1 особу прибуток підприємства збільшиться на 748,70 грн, отже чисельність працівників необхідно збільшувати.

За допомогою регресійних моделей є можливість з досить високою точністю спрогнозувати результативний показник. Запропонована модель є адекватною і за нею можна здійснити прогноз прибутку ТОВ «Агрофірма Миколаївка», що і є пріоритетним напрямом наших подальших досліджень.

#### Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України / Статистичні матеріали по Україні [Електронний ресурс] / 2014 р. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

## СЕКЦІЯ 4. ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

### УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ

**М. С. Лусевич, ЕП-11**

**В. В. Иванова, д. е. н., професор – науковий керівник**

Управління часом – це дія або процес тренування свідомого контролю над кількістю часу, витраченого на конкретні види діяльності, завдяки чому можна істотно збільшити ефективність і продуктивність праці. Спочатку управління часом приписувалося лише бізнесу або трудовій діяльності, але згодом термін розширився, включивши особисту діяльність з такою ж підста-



вою. Система управління часом становить поєднання процесів, інструментів, технік і методів. Тож метою пропонованого тренінгу є навчити вас правильно планувати не лише свій час, а й час своїх підлеглих, що допоможе вивести бізнес на якісно новий рівень.

Принципи формування ефективного розподілу часу. Здавна склалося уявлення, що людина з мінімальною кількістю вільного часу є важливою персоною. Але насправді це лише говорить про низький рівень самоорганізації, який являє собою послідовне і цілеспрямоване використання випробуваних методів роботи в повсякденній практиці, аби оптимально й зі змістом використовувати власний час. В основі побудови розподілу часу лежать такі принципи: принцип встановлення пріоритетів, принцип ефективності, принцип пріоритетного планування, принцип пошуку вигоди від управління часом

Причини дефіциту часу. Планування часу сприяє підвищенню ефективності використання робочого дня. Вважається, що найкраще починати працю в один і той самий час, бо людина – раб своїх звичок. Це забезпечує гарний тонус і дозволяє на ділі реалізовувати принцип «людина – господар роботи, а не робота – господарка людини». Для того щоб зрозуміти всю глибину проблеми, необхідно визначити насамперед причини дефіциту часу.

Щоб правильно виконувати функції та досягти своєї мети, кожний має чітко уявити собі, наскільки є обмеженим бюджет часу. Планування – це проект процесів праці на майбутній часовий період. Ми плануємо не лише професійні та особисті завдання, а й поточне, пов'язане з роботою навантаження, відхиленням або відкладанням нових завдань і вимог.

При плануванні часу слід дотримуватися деяких основних правил, яких є чимало. Втім, серед них можна означити п'ять найважливіших: складання плану робочого часу, аналіз видів діяльності і витрачання часу, зведення завдань воедино – план дій, регулярність – системність – послідовність, реалістичне планування.

Пожирачі часу – заняття, що відволікають від роботи або інших важливих справ. У результаті важлива робота залишається невиконаною, плани нереалізованими і вас починає переслідувати відчуття незадоволеності. Пожирачі часу бувають внутрішніми і зовнішніми. Внутрішні пожирачі час – це погані

звички, що гальмують вашу активність. До зовнішніх пожирачів часу відносяться люди, а також пристрої, прилади і сторонні заняття. Вони постійно віднімають вашу увагу, інколи зводячи результат до нуля. Як боротися з пожирачами часу? Насамперед слід починати з планування і постановки цілей, тобто з попередньої відповіді на запитання «Навіщо мені це потрібно?» Якщо відповіді немає – краще продовжувати жити так, як вам буде зручніше. Між іншим, хоч пожирачі часу й не найкращі друзі людства у плані саморозвитку, не завжди з ними треба жорстко боротися.

Звичайно, найкращий варіант – одним махом вирішити всі проблеми. Практично це, на жаль, можливо не завжди, тоді на допомогу приходить мета, заради якої є бажання зробити хоч маленький, але подвиг. Таким подвигом у житті можуть стати ваші улюблені заняття, хобі, все те, на що раніше бракувало часу. Те, про що ви мріяли вже давно, але вважали, що це не так важливо, відкладали, забували про це... Але насправді такі справи і бажання принесуть більше задоволення і користі, ніж ком'ютерні ігри або далекі від інтелектуальних телевізійні передачі.

Безумовно, це важко – взяти й змінити щось у своєму житті, але існують прості поради, що допоможуть зберегти дорогоцінний час: точно визначить свою мету, зосередьтеся на головному, придумуйте собі стимули, встановіть тверді терміни, навчіться бути рішучим, навчіться говорити «ні», не відволікайтеся на телефонні розмови, привчіть себе до записника, вчіться слухати, не випускайте з уваги дрібниці, розпочинайте справу відразу, використовуйте час повністю, слідкуйте за тим, на що витрачаєте вільний час, змінюйте заняття, починайте раніше.

Такі прості і, можливо, на перший погляд, банальні поради можуть стати вирішальними у плануванні свого часу. Поставтеся ж до них з увагою. Випробуйте, чого вони варті – і опинитеся зовсім в іншому світі, у такому, в якому час перестане бути постійним вашим супротивником.

Зрозуміло, жодна людина не може й не повинна використовувати всі методи управління часом одночасно. Краще за все опановувати ці методи послідовно. Це дозволить вам використовувати час значно ефективніше. Економія хоча б 10 % часу або «збільшення» свого робочого дня хоча б на півгодини може дати за місяці і роки вельми й вельми відчутні результати.

Щоденна економія 30 хвилин за 48 років буде еквівалентна економії цілого року, що не переривається ні сном, ні обідніми перервами! Ефективне управління часом не лише дозволяє нам зробити свій робочий день продуктивнішим, а й знімає психологічні перевантаження, що виникають внаслідок браку часу і негативно впливають на продуктивність праці та задоволеність нею. Тож кожна людина повинна сказати: «Я не хочу більше марнувати час і бажаю всюди встигати». Це буде першим кроком на шляху до організованого життя.

## **ЗНАННЯ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

**Ю. М. Романенко, ЕП-11**

**В. О. Животенко, к. е. н., доцент – науковий керівник**

Усі типи суспільства, що змінюються у процесі еволюції, протягом історії людства характеризувалися формуванням і використанням нових знань для забезпечення власного розвитку.

Знання є первинно-базисною ланкою системи «знання – наука – технологія – виробництво». Якщо розглядати лише її крайні елементи, то можна прийти до простого, але надзвичайно важливого, у сучасних умовах, висновку: рівень знань зумовлює рівень розвитку виробництва та економічної системи.

Розвиток економіки, що розбудовується на знаннях це безперервний процес інвестування у людський капітал, а отже і у розвиток людської особистості. Тому за рівнем конкурентоспроможності економік, перші місця у світі займають саме ті країни, що встановлюють високі соціальні стандарти та сприяють всебічному розвитку особистості. Людина, яка є носієм знань, набуває найвищої цінності у суспільстві та займає те місце, яке їй належить.

Знання є найбільш автономним, портативним та швидко доступним чинником виробництва, що висвітлює їх глобальний аспект. Вони не можуть бути прив'язаними до одного місця, а з розвитком мережі Інтернет та інших засобів комунікації легко передаються та споживаються у будь-якому куточку світу.

Нові технології висувають потреби формування особистості нового типу, якій властиві висока духовна культура, творчість і гуманізм, прагнення до взаємної згоди, мирного розв'язання соціальних і політичних конфліктів, розуміння свого нерозрив-

ного зв'язку з навколишнім середовищем, усвідомлення універсальності моральних та естетичних цінностей, ненасильництва та толерантності, готовності до навчання протягом життя. Тобто відбувається орієнтація особистості на освіту як на засіб досягнення будь-яких значимих для неї цілей і на її самоцінність, що дає можливість використовувати освіту як засіб розширення і реалізації життєвого потенціалу.

У результаті взаємодії з освітнім середовищем особистість отримує досвід, трансформований нею, рефлексивно, у знання.

Економічний розвиток, соціальний добробут суспільства є неможливий без наявності висококваліфікованих кадрів. А у період всеохоплюючої глобалізації забезпечення однакового рівня освіти є передумовою досягнення конкурентоспроможності підприємств на глобальному ринку.

Сучасна система вищої освіти, що повною мірою відповідає вимогам часу, є одним з найголовніших чинників зростання якості людського капіталу, генератором нових ідей, запорукою динамічного розвитку економіки і суспільства у цілому. Модернізація вищої освіти в Україні вимагає подолання низки проблем, серед яких найбільш актуальними є:

- невідповідність структури підготовки спеціалістів реальним потребам економіки;
- зниження якості освіти;
- корупція у системі вищої освіти;
- відірваність від наукових досліджень;
- повільні темпи інтеграції в європейський і світовий інтелектуальний простір.

У світовому рейтингу Univeritas 21 (єдиному у світі рейтингу національних систем вищої освіти) метою якого є виділення країн які надають кращу вищу освіту Україна зайняла 41 місце з 50 можливих, у тому числі увійшла до ТОП-10 країн за видатками на вищу освіту у відсотках від ВВП.

Крім того, Україна посідає 30 позицію за якістю математичної та наукової освіти (Quality of Math and Science Education) випереджаючи такі економічно розвинені країни як Австрія (37), Швеція (49), та Польща (50).

До ТОП-500 рейтингу світових університетів QS-2014 увійшли 2 національні університети: КНУ ім. Тараса Шевченка (421) та Харківський національний університет ім. Каразіна (481).

Негативно позначається на якості вищої освіти невинновдано велика кількість в Україні вищих навчальних закладів, а саме 904 заклади усіх рівнів акредитації та форм власності. Разом з тим, негативних наслідків завдають створювані фактично безконтрольно відокремлені філії та навчальні центри ВНЗ, що є типовим для окремих приватних закладів. Часто їхня кількість сягає багатьох десятків, а то й сотень одиниць.

Отже, серед освітніх проблем можна зазначити наступні:

1. Психологічна неготовність вступників та суспільства загалом до різкого переходу на прийом винятково за сертифікатами та позбавлення вступника можливості обирати кращу оцінку за результатами тестування, вступних випробувань або випускних екзаменів довузівської підготовки.

2. Запропонована система тестування фактично спонукає перехід системи освіти до схоластичного навчання, що ґрунтується на зазубрюванні, муштрі. Як наслідок, до вищих навчальних закладів насамперед будуть зараховані ті, що успішно відтворюють завчене, а не люди з творчим мисленням, тобто розумніші.

### **Список використаних джерел**

1. Лебеда Т. Б. Вплив освіти на економічну динаміку в Україні / Т. Б. Лебеда // Економіка і прогнозування. – № 4. – 2014. – С. 36–44.
2. Магута О. В. Економіка знань як основа розбудови постіндустріального суспільства / О. В. Магута // Інвестиції: практика та досвід. – № 12. – 2014. – С. 24–31.
3. Universitas 21: Рейтинг национальных систем высшего образования 2015 года [Електронний ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – Режим доступу: <http://gtmarket.ru/news/2015/06/17/7207>. – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 5. ПРОБЛЕМИ ТЕОРЕТИЧНОЇ ТА ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ**

---

### **КОНКУРЕНЦІЯ ЯК ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕМОКРАТИЗМУ ТОВАРНОВО РИНКУ**

*Г. В. Мусієнко, УПЕП-21*

*В. О. Шаповалов, к. е. н., доцент – науковий керівник*

Центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин, є поняття конкуренції. Конкуренція – це об'єктивний еко-

номічний закон розвинутого товарного виробництва; економічний процес взаємодії і боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів, та отримання найбільших прибутків. Конкурентна боротьба – це динамічний процес, що сприяє кращому забезпеченню ринку товарами.

Конкуренція має як негативні, так і позитивні риси. І хоча тривалий час в нашій країні робився наголос в основному на негативних наслідках конкуренції (витиснення дрібних виробників великим капіталом, розорення одних і збагачення інших, загострення безробіття, інфляції тощо), все ж її позитивні риси беруть верх. Вона є рушійною силою ринкової економіки. В умовах конкуренції перемагає той, хто створює високоякісну продукцію при найменших затратах виробництва на основі науково-технічних досягнень, передової організації праці. Конкуренція приносить користь суспільству: стимулює економію матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, примушує постійно поновляти асортимент, пильно стежити за науково-технічними новинками і активно впроваджувати їх у виробництво.

Щодо сучасного стану розвитку конкурентних відносин в Україні, можна сказати, що конкурентне середовище на сьогодні сформовано, зокрема, у торгівлі, на багатьох ринках агропромислового комплексу, легкої, харчової промисловості, машинобудування, будівництва, автомобільного транспорту, у фінансовій діяльності тощо.

За даними Антимонопольного комітету України на початок 2015 року на ринках з конкурентною структурою реалізовувалося 42,7 % загального обсягу продукції в Україні; на ринках з ознаками колективного домінування або олігопольних ринках (на яких частка 5 трьох найбільших суб'єктів господарювання перевищувала 50 %) – 16,7 %. На ринки з ознаками одноосібного домінування (на яких частка найбільшого суб'єкта господарювання становила понад 35 %) припадало 30,8 % загального обсягу реалізації продукції; 9,8 % загального обсягу товарів, робіт і послуг реалізовувалося на монополізованих ринках (на яких частка найбільшого суб'єкта господарювання становила понад 90 %) [1].

За результатами опитувань, конкуренцію вважають істотним фактором впливу на господарську діяльність лише від 25 до 49 відсотків керівників підприємств промисловості, будів-

ництва, роздрібно́ї торгівлі, транспорту та 12 відсотків керівників сільськогосподарських підприємств. Про низький рівень розвитку конкуренції свідчать також дані наукових досліджень, відповідно до яких протягом останніх років на товарних ринках з обмеженими можливостями для розвитку конкуренції реалізовано більш як 50 відсотків обсягу продукції, в тому числі на повністю монополізованих ринках – більш як 7 відсотків, на ринках з домінуванням однієї компанії – майже 28, на ринках з домінуванням кількох компаній – більш як 15 відсотків [2].

Аналіз тенденції зміни структурних передумов конкуренції в економіці України, починаючи з 2001 року, свідчить, що з початку розгортання світової економічної кризи 2008 року має місце тенденція до скорочення рівня конкуренції. При цьому, якщо протягом 2010–2011 років скорочення частки конкурентних ринків відбувалося за рахунок розширення олігопольних ринків, на яких конкуренція за певних умов можлива, то з 2012 року відбувається поступове зростання часток ринків з ознаками індивідуального домінування чи монополізованих ринків, на яких конкуренція практично виключається.

Щодо міжнародних індексів конкурентоспроможності Україна має низькі показники, порівняно з іншими розвинутими країнами світу. Згідно Індексу глобальної конкурентоспроможності (GCI) за останні п'ять років Україна піднялась на 10 сходинок за рівнем конкурентоспроможності і займає сьогодні 79 місце серед країн світу. Рівень даного показника відносно низький, що свідчить про необхідність розвитку інститутів влади та приватного сектора в Україні [3].

Рівень розвитку конкуренції на товарних ринках залишається низьким, що негативно впливає на ефективність їх функціонування. Ознаками недостатнього рівня розвитку конкуренції є: зростання цін, яке не може бути пояснено впливом інших факторів; підвищення рівня концентрації товарних ринків та значна їх монополізація; низький рівень продуктивності праці та інноваційної спрямованості національної економіки.

На даний момент найгострішими проблемами розвитку конкуренції в Україні є: нерівність умов конкуренції внаслідок впливу адміністративних чинників; спотворення конкуренції внаслідок «тінізації» господарювання; недобросовісна конкуренція; інституційні обмеження конкуренції.

Значним кроком у процесі модернізації національної конкурентної політики стало затвердження Концепції загальнодержавної програми розвитку конкуренції на 2014–2024 роки, основною метою якої є розвиток конкуренції на товарних ринках як засобу забезпечення сталого економічного зростання, покращення умов для їх ефективного функціонування, удосконалення механізму державного регулювання таких ринків.

Основні шляхи досягнення даної мети – узгодження промислової, аграрної, інвестиційної, зовнішньоекономічної та цінової політики, а також захисту прав споживачів з антимонopolно-конкурентною політикою, сприяння розвитку малого та середнього бізнесу, усунення або зниження бар'єрів вступу на товарні ринки та виходу з них, сприяння розвитку інфраструктури товарних ринків, удосконалення державної політики у сфері захисту економічної конкуренції, державного регулювання монополізованих товарних ринків, запровадження проведення моніторингу державної допомоги суб'єктам господарювання та здійснення контролю за наданням такої допомоги, інформаційне забезпечення реалізації антимонopolно-конкурентної політики [2].

Створення конкурентного середовища й подолання монополізму є одним з найважливіших напрямів економічної реформи в Україні. Становлення і утвердження здорової економічної конкуренції в нашому суспільстві – питання не одного року. Місце України на світовому ринку в майбутньому, в першу чергу, залежатиме від того наскільки ефективно розв'язуватиметься у найближче десятиліття питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки на основі інновацій.

### **Список використаних джерел**

1. Звіт Антимонopolного комітету України за 2015 рік : затверджено розпорядженням АМК України від 14.03.2016 № 3-рп [Електронний ресурс] / Антимонopolний комітет України. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=122547&schem a=main>. – Назва з екрана.
2. Концепція Загальнодержавної програми розвитку конкуренції на 2014–2024 рр. : схвалено розпорядженням КМУ від 19 вересня 2012 № 690-р [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/690-2012-%D1%80>. – Назва з екрана.



3. The Global Competitiveness Report 2015–2016: Ukraine [Електронний ресурс] / World Economic Forum, 2015. – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/economies/#economy=UKR>. – Назва з екрана.

## **СТАН ТІНЬОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ ЯК СКЛАДОВОЇ ЧАСТИНИ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ**

***І. К. Богдашкін, МО-21***

***К. С. Дзеверіна, к. е. н., доцент – науковий керівник***

Значний масштаб тіньової економіки в Україні є однією з найбільших перешкод розвитку конкурентоспроможності країни, зростання соціальних стандартів життя населення та інтеграції в європейське співтовариство. В сучасних умовах її обсяг досягає 70 %, що є свідченням активної криміналізації економічних процесів, високої корумпованості органів державної влади, правового нігілізму тощо.

Основними сучасними проблемами тінізації економічних відносин в соціально-економічній системі України визнано тіньову зайнятість та тіньові фінансові потоки. Обсяги виведення коштів, отриманих в результаті корупційних та економічних злочинів, за оцінками міжнародних експертів, перевищують 10 млрд дол. США на рік. При цьому в останні роки виведення капіталів за рахунок заниження цін експорту складає понад 70 % [1]. За світовими рейтингами щодо тіньової економіки Україна посідає найгірші місця (поряд з рядом африканських країн), цьому сприяють такі чинники: недосконалість бюджетної системи, неефективне державне регулювання економіки, недосконалість судової та правоохоронної системи і як наслідок низький рівень довіри населення до них, дискримінація суб'єктів господарювання тощо.

В Україні тіньовий сектор став складовою частиною соціально-економічної системи і відіграє значну роль у господарському середовищі. Це є комплексною проблемою через те що на процес тінізації впливають не лише економічні чинники, а й політичні, культурні, психологічні та інші.

Наслідками впливу тіньової економіки є: непрозорий і несправедливий розподіл національного доходу, криміналізація суспільства та недовіра до органів державної влади, скорочення податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів, нелегальний

експорт капіталів і зменшення обсягів інвестицій в економіку, залежність від закордонних позик, втрата промислового та інтелектуального капіталу нації [2].

Змінити ситуацію можливо в разі прийняття комплексної програми дій уряду розрахованої на довгострокову перспективу с жорстким контролем за її виконанням. Дана програма повинна включати не лише економіко-правові заходи спрямовані на запобігання тінізації економіки, а й зміни в інституційному середовищі країни з комплексним врахуванням всіх чинників.

### **Список використаних джерел**

1. Ангела Б. Тіньова економіка в Україні: причини та шляхи подолання [Електронний ресурс] // Б. Ангела, В. Поворозник / Міжнародний центр перспективних досліджень (МЦПД). – 2014. – Режим доступу:  
[http://icps.com.ua/assets/uploads/files/t\\_novaekonom\\_kaukra\\_ni.pdf](http://icps.com.ua/assets/uploads/files/t_novaekonom_kaukra_ni.pdf) – Назва з екрана.
2. Мокій А. І. Проблеми тінізації економіки України [Електронний ресурс] / А. І. Мокій, М. І. Флейчук. – Режим доступу:  
[http://lv.niss.gov.ua/public/File/1/lviv\\_niss\\_december.pdf](http://lv.niss.gov.ua/public/File/1/lviv_niss_december.pdf). – Назва з екрана.

## **КОНКУРЕНТНІ ЗАСАДИ ТОВАРНОГО РИНКУ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА**

***Н. В. Любченко, Ф-21***

***Т. О. Бодня, асистент – науковий керівник***

Конкуренція у ринковій економіці – це суперництво, боротьба між виробниками товарів та послуг за кращі, економічно вигідні умови виробництва та реалізації продукту. Саме вона забезпечує творчу свободу особистості, створює умови для її самореалізації у сфері економіки шляхом розробки і створення нових товарів і послуг. Конкуренція виконує роль регулятора темпів і обсягів виробництва, спонукаючи виробника запроваджувати науково-технічні досягнення, підвищувати продуктивність праці, вдосконалювати технологію, організацію праці тощо. Вона сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників-монополістів.

Засновником теоретико-методологічного вивчення конкуренції є А. Сміт [2], який узагальнив знання про конкуренцію, що

сформувалися в період становлення капіталістичного господарства. виявив та обґрунтував фактори, що стримують конкуренцію і умови її виникнення.

Наступним після А. Сміта роль конкуренції в розвитку економіки досліджував Д. Рікардо, визначивши основні елементи теоретичної концепції конкуренції і виділивши її основні умови.

Значний внесок у теорію конкуренції було здійснено Дж. С. Міллем: розроблено рівняння міжнародного попиту, виділено так звані не конкуруючі групи на ринку, подано потрібну класифікацію цінової еластичності попиту, розроблено поняття економії на масштабах, альтернативних витратах [3].

Серед сучасних дослідників теорії конкуренції варто виділити американського вченого-економіста М. Портера [1], який в ході вивчення особливостей економік країн і компаній, запропонував способи досягнення ними лідируючих позицій.

Основне завдання конкуренції – завоювати ринок, в боротьбі за споживача перемогти своїх конкурентів, забезпечити одержання сталого прибутку.

Конкуренція має негативні та позитивні риси. Тривалий час в нашій країні робився наголос в основному на негативних наслідках конкуренції: витиснення дрібних виробників великим капіталом, розорення одних і збагачення інших, посилення соціальної несправедливості, загострення безробіття, інфляції тощо.

Конкуренція має і позитивні риси. Вона є рушійною силою ринкової економіки. стимулює економію матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, примушує постійно поновляти асортимент, пильно стежити за науково-технічними новинками і активно впроваджувати їх у виробництво.

Функціонування конкурентного середовища в Україні у 2014 році відбувалося за складних умов. А саме, скорочення обсягу пропозиції товарів, робіт і послуг внаслідок загального спаду внутрішнього валового продукту, скорочення промислового виробництва, зменшення обсягів імпорту. Мало місце й зменшення обсягів платоспроможного попиту.

Показником, який дозволяє оцінити структурні передумови розвитку конкуренції в економіці України, є норма входження в ринок та норма виходу з ринку суб'єктів господарювання. Ці дані розраховуються на основі даних Держстату України про кількість суб'єктів ЄДРПОУ, взятих на облік та знятих з обліку.

У 2014 році спостерігалось зменшення показника норми входження нових суб'єктів господарювання на товарні ринки України порівняно з попереднім роком. Показник виявився одним із найнижчих за останні шість років. Відхилення показників загальних норми входження та норми виходу протягом останніх років свідчать про низький стимул до вступу суб'єктів господарювання на товарні ринки.

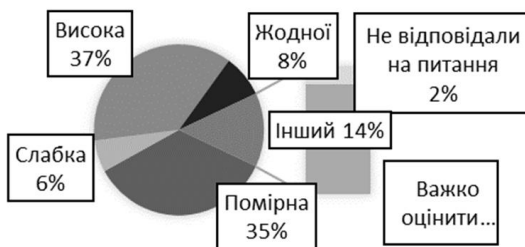


Рисунок 1 – Оцінка рівня конкуренції на ринках України у 2014 році

Отже, частка опитаних підприємств, які відчують значну або помірну конкуренцію з боку вітчизняних виробників (72,0 відсотки) є порівнянною з часткою в загальному обсязі реалізації ринків з конкурентною або олігопольною структурою (62,9 відсотка). Разом з тим, порівняно з попереднім часом частка опитаних, що відчують значну або помірну конкуренцію, зменшилась: у 2014 році вона становила 76,0 відсотків, у 2012 році – 82,7 відсотка [4].

В світлі міжнародних оцінок, а саме за Рейтингом глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) Україна також втратила декілька позицій за всіма показниками. Адже за останній рік наша країна опинилася в досить скрутній ситуації, як економічній, так і політичній. Саме всі ці обставини і вплинули на стан економіки в цілому та на рейтинг України в порівнянні з іншими країнами.

Основні рекомендації щодо регулювання конкуренції:

- покращити адвокатування конкуренції, забезпечити істотно кращу обізнаність суспільства та політико-економічної еліти в конкурентній політиці;

– вдосконалити нормативно-правову базу, яка б формалізувала розробку і проведення конкурентної політики в Україні, зокрема у частині визначення її цілей, пріоритетів, принципів, завдань, механізмів і критеріїв реалізації, організації виконання, відповідальності та підзвітності її суб'єктів тощо. Усі нормативні акти мають бути піддані незалежній експертизі на предмет виявлення норм, які створюють підґрунтя для корупції чи лобізму;

– відповідно до нормативно-правової бази слід ухвалити загальну стратегію розвитку конкурентних відносин. Стратегія повинна «носити» довгостроковий характер, бути захищена від політичних циклів та зміни владних команд. Тому слід запровадити законодавчі обмеження щодо можливостей та обставин перегляду затвердженої стратегії;

– встановити відповідальність органів влади за її результати та їх відповідність поставленим цілям і завданням, які слід формулювати виходячи з конкретних кількісних параметрів-індикаторів;

– удосконалити антимонопольне законодавство, розробити діяльний механізм реалізації законів. Антимонопольна політика держави повинна бути направлена на формування рівних умов для всіх суб'єктів господарювання та створювати умови для розвитку конкурентних переваг вітчизняних фірм;

– стимулювати і проводити політику підтримки малого бізнесу шляхом зниження бар'єрів входу малих підприємств на товарні ринки, пільгового кредитування та оподаткування, знищення бар'єрів для взаємодії малих підприємств на міжрегіональних ринках. Підтримка малих підприємств веде до зменшення монополізму в економіці та підвищує її інноваційних характер.

Таким чином, дотримуючись всіх цих рекомендацій, ми зможемо не лише повернути Україну на втрачені позиції, але й вивести її на зовсім новий рівень.

### **Список використаних джерел**

1. The Global Competitiveness Report (issues 2010–2015). World Economic Forum [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.weforum.org/ reports?filter\[type\]=Competitiveness](http://www.weforum.org/ reports?filter[type]=Competitiveness). – Назва з екрана.

2. Архипов А. М. Формирование и развитие теории конкуренции в истории экономической мысли : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.01 «Економічна теорія» / А. М. Архипов. – Москва, 2008. – 24 с.
3. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства / [за заг. ред. Ю. Б. Іванова, О. М. Тищенко. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.
4. Звіт Антимонопольного комітету України за 2014 рік // Анти-монопольний комітет України. – 2014. – С. 5–10.

## **СЕКЦІЯ 6. ПРАВО І СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ**

---

### **ЗАХИСТ ПРАВА ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ**

**К. В. Журавльова, ПР-21**

**О. О. Кульчій, к. ю. н., доцент – науковий керівник**

Одна із найголовніших функцій держави є охорона і захист власності. Принцип охорони власності закріплений в Україні конституційно. Держава забезпечує захист прав усіх суб'єктів права власності (ст. 13 Конституції України). Кожен має право володіти, користуватися і розпоряджатися своєю власністю, і ніхто не може бути протиправно позбавлений права власності (ст. 41 Конституції України) [1].

Захист права власності – це сукупність передбачених цивільним законодавством засобів, що застосовують у зв'язку із вчиненням щодо права власності правопорушенням та спрямованих на відновлення чи захист майнових інтересів володільця цих прав [8, с. 265].

Загалом, найбільш використовувана класифікація передбачає поділ способів захисту права власності на два види:

1) речово-правові – ті, що спрямовані на захист речових прав та не пов'язані із якимись конкретними зобов'язаннями, а спрямовані на відновлення належних особі речових прав, або ж усунення перешкод чи сумнівів у використанні цих прав;

2) зобов'язально-правові – ті, що є певними видами зобов'язань та спрямовані, переважно, не на безпосереднє, а на побічне відновлення речового права, внаслідок виконання певного зобов'язання [3, с. 127].

Одним із найдавніших і ефективних речово-правових способів захисту права власності є витребування майна з чужого незаконного володіння. Цей спосіб дістав назву віндикація.

Позивачем у віндикаційному позові може виступати: 1) власник, 2) титульний володілець, якому власник передав майно за своєю волею (орендар, зберігач тощо). Відповідач – незаконний набувач, фактичний володілець майна, який володіє ним без правових підстав.

Предметом позову є індивідуально-визначене майно, що вибуло з володіння власника, оскільки власник може витребувати від набувача саме свою, а не таку само річ [7, с. 101].

За своїм змістом віндикаційний позов являє собою вимогу про поновлення у власника права володіння річчю, яка йому має належати; тому не допускається заміна цієї речі іншою.

Іншим видом позову є негаторний. Він використовується в тих випадках, коли майно не вибуває з володіння власника, але треті особи створюють перешкоди в користуванні чи розпорядженні ним. Позивачами негаторного позову можуть бути: 1) власник, 2) титульний володілець (як проти третіх осіб, так і проти власника). Відповідачем є особа, яка власними протиправними діями перешкоджає позивачу здійснювати правомірність щодо користування чи розпорядження майном.

Предметом негаторного позову є вимога володіючого майном власника до третіх осіб про усунення порушень його права власності, що перешкоджають йому належним чином користуватися, розпоряджатися цим майном тим чи іншим способом [7, с. 125].

Другим видом способів захисту права власності є зобов'язально-правові позови. Вони базуються, як правило, на договорах, але можуть ґрунтуватися і на недоговірних зобов'язаннях.

Існує класифікація зобов'язально-правових позовів, вони можуть бути поділені на: загальні, договірні та недоговірні. До загальних способів захисту права власності належать: визнання правочину недійсним, зміна або припинення правовідношення, визнання незаконним рішення, дій чи бездіяльності органу державної влади, органу влади АР Крим або органу місцевого самоврядування, відшкодування майнової та моральної шкоди. Поміж договірних способів захисту права власності слід назвати позови, що виникають внаслідок неналежного виконання або невиконання договорів. Недоговірними ж способами захисту права власності вважають позови, які ґрунтуються на недоговірних зобов'язаннях [4].

Але захист права власності не завжди може бути реалізованим. У зв'язку з ситуацією яка склалась в Україні, виникли перешкоди у реалізації права власності фізичних та юридичних осіб на окупованій території України – Автономній Республіці Крим.

Наразі, де-факто найпоширенішими випадками припинення права власності (згідно з позицією окупаційної адміністрації) на об'єкти нерухомого майна в АРК Крим є:

- визнання майна таким, що немає хазяїна, в судовому порядку та передача його в державну власність;

- націоналізація майна за рішенням «Державної ради Криму» (тут та далі не передбачені законодавством України підрозділи органів окупаційної влади АРК наведено в лапках);

- викуп або примусовий викуп.

Залишаються питання щодо рухомого майна та його переєстрації. Достеменно невідомо, як будуть розвиватися події надалі. Старт незаконним націоналізаціям було покладено 17 березня 2015 року рішенням самопроголошеної кримської влади стосовно націоналізації підприємств. С. Аксьонов декларував, що близько 250 державних підприємств було «націоналізовано» (вилучено з приватної власності осіб у власність РФ), але можна говорити, що ця цифра може виявитись набагато більшою. Більше 82 об'єктів нерухомості приватизовані (тобто продані чи передані у власність фізичної чи юридичної особи). 140 підприємств у сфері агропромислового комплексу також було націоналізовано [6].

Власники підприємств подавали до суду позови щодо «націоналізації» майна, але ці справи не увінчалися успіхом. Зокрема, це стосувалося Ялтинської кіностудії, яка, незважаючи на прийняття «арбітражним судом Криму» рішення про незаконність примусового викупу, через два тижні після винесення судового рішення була націоналізована земельна ділянка та об'єкти нерухомого майна [2].

На сьогодні залишається малодослідженим та абсолютно не врегульованим питання оцінки розміру збитків, спричинених незаконним позбавленням усіх суб'єктів (держави, фізичних та юридичних осіб) права власності на об'єкти, що перебувають на тимчасово окупованій території АР Крим. Називаються різні цифри. Міністр Юстиції України Павло Петренко назвав суму більше 1 трильйона гривень [5]. Ще менш визначеними є шляхи забезпечення захисту порушених прав власників, зокрема, шляхом відшкодування заподіяних збитків.



## Список використаних джерел

1. Конституція України / Верхов. Рада України. – Офіц. вид. – Київ : Парлам. вид-во, 2015. – 103 с.
2. Решения Арбитражного суда Республики Крым по делу № А83-1772/2015 от 28 сентября 2015 г. [Електронний ресурс] // Арбитражный суд Республики Крым. – Режим доступу: [http://kad.arbitr.ru/PdfDocument/493c3ca2-d311-40f4-a94b-f3467354c213/%D0%9083-1772-2015\\_\\_20150928.pdf](http://kad.arbitr.ru/PdfDocument/493c3ca2-d311-40f4-a94b-f3467354c213/%D0%9083-1772-2015__20150928.pdf). – Назва з екрана.
3. Цивільне право України : Загальна частина : підручник / [С. М. Бервено та ін.] ; за ред. : О. В. Дзери, Н. С. Кузнецової, Р. А. Майданіка. – 3-тє вид., перероб. і допов. – Київ : Юрінком Інтер, 2010. – 973 с.
4. Домусчі С. Д. Класифікація способів захисту права власності від порушень, не пов'язаних із позбавленням володіння [Електронний ресурс] / С. Д. Домусчі // Форум права. – 2011. – № 1. – 416 с. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/ejournals/FP/2011-1/11dcdivp.pdf>. – Назва з екрана.
5. Мирний М. Як отримати відшкодування за втрачену власність у Криму? / Микола Мирний; 20.05.2015 р. [Електронний ресурс] // Центр інформації про права людини. – Режим доступу: [https://humanrights.org.ua/material/jak\\_otrimati\\_vidshkoduvannja\\_z\\_a\\_vtrachenu\\_vlasnist\\_u\\_krimu](https://humanrights.org.ua/material/jak_otrimati_vidshkoduvannja_z_a_vtrachenu_vlasnist_u_krimu). – Назва з екрана.
6. Михаил Крылатов. NN-ная волна грабежа в Крыму. Теперь мошенническая [Електронний ресурс] / Михаил Крылатов; 04.06.2015 г. // Крым. реалии. – Режим доступу: <http://ru.krymr.com/content/article/27053387.html>. – Назва з екрана.
7. Основы римского гражданского права : [учеб. пособие для студентов юрид. вузов и фак.] / А. А. Подопригора. – 2-е изд., перераб. – Киев : Вентури, 1995. – 286 с.
8. Цивільне право України : навч. посіб. / [Ю. В. Білоусов, С. Д. Гринько, С. В. Лозінська та ін.] ; за ред. Р. О. Стефанчука. – Киев : Прецедент, 2007. – 448 с.

## ГАРАНТІЇ ПРАВ ЛЮДИНИ В УКРАЇНІ

**І. І. Заїка, ПР-11**

**О. М. Коросташов, к. ю. н., доцент – науковий керівник**

Права людини – це її соціальна спроможність вільно діяти, самостійно обирати вид та міру своєї поведінки з метою задоволення різнобічних матеріальних та духовних потреб людини шляхом користування певними соціальними благами в межах,

визначений законодавчими актами. Так, знання та використання власних прав є можливістю людини діяти певним чином, реалізовувати та забезпечувати своє існування в умовах, що змінюються [4, с. 120].

Фахівці визначають гарантії реалізації конституційних прав та свобод людини і громадянина як умови та засоби, принципи та норми, які забезпечують здійснення, охорону і захист зазначених прав, є порукою виконання державою та іншими суб'єктами правовідносин тих обов'язків, які покладаються на них з метою реалізації конституційних прав та свобод людини і громадянина [5, с. 93].

Актуальність даної теми полягає в тому, що реалізація прав людини у сучасному світі і, зокрема, в Україні є головним питанням становлення людини як найвищої соціальної цінності. В період розвитку української державності ключове місце в реформуванні правової системи нашої країни посідає реформування та затвердження інституту прав і свобод людини. Для нашого суспільства необхідною є розробка такого політико-правового механізму, який міг би забезпечити дотримання прав особи, розширити особистий соціальний простір кожного індивіда.

Отже, дослідження гарантій прав людини в Україні, пошуки шляхів і можливостей вдосконалення даного правового інституту є важливим чинником у становленні і розвитку демократичної, політично сильної, правової і соціальної України і водночас є складною науковою проблемою, що потребує вирішення і є фундаментом визнання людини як найвищої соціальної цінності.

Права людини є невід'ємними від суспільних відносин, тобто від правового статусу людини. Права, як і свободи та обов'язки, є основним структурним елементом правового статусу особи. Сучасний правовий статус суб'єктів суспільних відносин в Україні характеризується невизначеністю, низьким рівнем соціально-правової захищеності суб'єктів, відсутністю реальних гарантій, неспроможністю владних органів забезпечити та гарантувати інтереси громадян.

Гарантії прав є основним засобом їх захисту. Дотримання та забезпечення прав і свобод людини є основою усього інституту прав і свобод людини. Серед найпоширеніших проблем дотримання прав в Україні є проблеми визнання верховенства права,

забезпечення основних соціальних, політичних, економічних та екологічних прав тощо. Статистика вказує на те, що число позовів до Європейського Суду з прав людини від українських громадян становить 19 % від кількості справ усіх країн. Основною і найбільш глобальною залишається проблема окупації частини територій України та збройний конфлікт на південному сході країни. Ці події стали основною причиною масових порушень прав людини та головним стримуючим фактором для демократизації суспільства. Серед таких порушень прав і свобод слід виділити страти, насилля, неправомірні затримання і утримання під вартою за відсутності будь-яких правових процедур, воєнні злочини тощо. Усі ці дії є зазіханням на життя, здоров'я, честь і гідність особи і є злочинами проти людяності. Проблемним є також питання компенсації родинам загиблих та поранених, відшкодування за втрачене чи зіпсоване в результаті збройного конфлікту майно.

Завданням держави і суспільства в цілому є якнайшвидше вирішення поставлених питань та існуючих проблем дотримання та реалізації основних прав людини. Україна робить перші кроки до реформування своєї правової системи з точки зору гарантування прав і свобод людини. Серед них:

- євроінтеграція;
- прийняття Верховною радою України законів про права і свободи переселенців;
- судова, освітня та правоохоронна реформи;
- спроби розбудови економіки країни;
- реформування інституту Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини.

Своєрідним звітом за реформи, проведені в галузі конституційного інституту прав людини, є «Українська гельсінська спілка з прав людини». В цьому документі висвітлено основні зміни в правовій системі України за перше півріччя 2015 року, проведені в умовах багатовекторної національної ситуації, ускладненої військовим конфліктом, процесом широкомасштабних реформ та новими викликами становлення державності [3, с. 4].

Чи не найважливішою і найбільш дієвою за останні роки реформою в межах інституту прав і свобод людини і громадянина є реформа інституту Уповноваженого Верховної Ради України з

прав людини. Діяльність Омбудсмена є однією з гарантій прав людини в Україні. Діяльність Уповноваженого має на меті утвердження інституту Уповноваженого з прав людини як дієвого механізму парламентського контролю за дотриманням прав і свобод людини на національному рівні й посилення впливу на органи державної влади і місцевого самоврядування для забезпечення належного дотримання прав та свобод кожного.

Отже, складні політичні та нестійкі економічні умови, воєнна ситуація на сході країни стали поштовхом для реформування усієї правової системи України. Так, Україна стоїть на шляху до створення високо демократичної, правової, соціальної держави, в якій людина, її життя і здоров'я, честь і гідність стане справді найвищою соціальною цінністю.

### **Список використаних джерел**

1. Про Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини : Закон України від 23 грудня 1997 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1998. – № 20. – Ст. 99.
2. Щорічна доповідь Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини про стан дотримання прав і свобод людини і громадянина. – Київ, 2013. – 398 с.
3. Права людини в Україні: перше півріччя 2015. Наукове видання / за ред. : А. Б. Благої, О. А. Мартиненка / Українська Гельсінська спілка з прав людини. – Київ, 2015. – 184 с.
4. Кравченко В. В. Конституційне право України : навч. посіб. / Кравченко В. В. – 2-ге вид., допов. – Київ : Атіка, 2002. – 480 с.
5. Рабінович П. М. Права людини і громадянина : навч. посіб. / Рабінович П. М., Хавронюк М. І. – Київ : Атіка, 2004. – 246 с.
6. Панчишин А. В. Поняття, ознаки та структура категорії «правовий статус»: Часопис Київського університету права / Панчишин А. В. – 2010. – № 2. – С. 95–98.

## **ОКРЕМІ НАПРЯМИ РЕФОРМУВАННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ТА СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕЧНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Д. В. Усенко, ПР-12і**

**Л. І. Купчення, к. ю. н. – науковий керівник**

Однією з головних складових національної безпеки будь-якої держави є продовольча безпека. Міжнародними угодами визначено продовольчу безпеку як такий стан економіки, за якого

всім і кожному гарантується доступ до продуктів харчування, питної води та інших продуктів, якість, асортимент і обсяг яких відповідає фізичному та соціальному розвитку особистості, забезпеченню здоров'я і відтворенню населення країни.

У прийнятій резолюції 63 Сесії Генеральної Асамблеї ООН від 22.12.2008 р. підкреслюється, що комплексне і стабільне сільське господарство та розвиток сільських територій мають велике значення для екологічно раціонального забезпечення надійнішої продовольчої безпеки і якості продуктів харчування. Поряд із нарощуванням обсягів виробництва сільськогосподарської продукції актуальним є питання якості продуктів харчування та продовольчої сировини [1].

Дослідження якості сільськогосподарської продукції та продуктів харчування були присвячені праці вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема Н. О. Багая, С. І. Бугери, М. Я. Ващишин, О. В. Гафурової, В. М. Єрмоленка, Т. О. Коваленко, Г. С. Корнієнко, Т. В. Курман, В. І. Семчика, А. М. Статівки, Н. І. Титової, В. Ю. Уркевича, М. М. Чабаненка, В. З. Янчука.

Попри те, що за роки незалежності в Україні прийнято низку законодавчих актів з питань безпечності харчових продуктів, організаційні та законодавчі засади державного регулювання безпечності та якості харчових продуктів не були належним чином гармонізовані з практикою розвинутих країн.

В Україні питання якості та безпечності харчових продуктів регулюється низкою законодавчих актів (закони України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Про санітарно-епідеміологічне благополуччя населення» та ін.), які часто суперечать один одному, а також породжують дублювання функцій контролюючих органів, що свідчить про неефективність системи контролю безпечності харчових продуктів. Основний підзаконний акт, який регулює безпечність продуктів харчування, а саме Медико-біологічні вимоги та санітарні норми якості продовольчої сировини та харчових продуктів (СанПіНи), були затверджені Міністерством охорони здоров'я СРСР 1 серпня 1989 року. Крім нього існує низка інших важливих документів, що так чи інакше стосуються безпечності продуктів харчування в Україні. До них належать нормативні документи: стандарти (ГОСТи, прийняті до 1991 року, та державні стандарти України (ДСТУ), прийняті після 1991 року; технічні умови (ТУ), методичні вказівки та техно-

логічна документація (рецептури, технологічні регламенти та інструкції, технічні описи тощо) [2, с. 113].

Загалом законодавство України, що регулює безпечність харчових продуктів характеризується такими системними проблемами: є суперечливим, несистемним і має прогалини в питаннях регулювання; сучасна міжнародна система регулювання безпечності харчових продуктів (НАССР) хоча і згадується в декількох законодавчих документах, але не має ефективних механізмів упровадження; українське законодавство, що регулює безпечність продуктів харчування, не відповідає міжнародним зобов'язанням перед СОТ, які взяла на себе Україна; багато застарілих, занадто інструктивних обов'язкових до виконання стандартів та інших вимог; відсутність систем забезпечення відстежуваності продукції. Українське законодавство з питань регулювання безпечності продуктів харчування містить чимало внутрішніх суперечностей, і, до того ж, не відповідає нормам ЄС.

Щоб успішно просуватися на шляху до євроінтеграції та спростити вітчизняним виробникам експорт продукції до ЄС, Україні необхідно гармонізувати та реформувати державну систему контролю харчових продуктів та привести її у відповідність до правил ЄС.

Досвід інших країн свідчить, що необхідного рівня безпечності харчових продуктів можна досягти без застосування жорстких обмежувальних адміністративних заходів, які негативно впливають на конкурентоспроможність приватного сектора та створюють перешкоди торгівлі.

Основна відповідальність за дотримання правил безпечності покладається на приватний сектор, тоді як держава виконує дорадчі, наглядові та регуляторні функції. У країнах-членах ЄС працюють над створенням єдиного органу чи інтегрованої системи контролю харчових продуктів, що охоплюють усі етапи процесу виробництва відповідно до принципу «від лану до столу». Виробники самі контролюють якість та безпечність продуктів харчування, запровадивши системи контролю якості, такі як ISO, НАССР та інші. Сертифікація використовується майже виключно в межах експортно-імпортних операцій [3].

Наприклад, у Польщі зараз здійснюється реформування структури та організації державного контролю, а також відповідного законодавства. Країна має намір створити єдиний орган, подібний до Агентства зі стандартів продуктів харчування Великої Британії (Food Standards Agency), утвореного у 2000 р.

Крім того, виробники самі контролюватимуть якість та безпечність продуктів харчування, запровадивши системи контролю якості, такі як ISO, HACCP та GMP21.

Щодо Німеччини, то харчові продукти контролює одна установа – Федеральне міністерство із захисту прав споживачів, харчових продуктів та сільського господарства.

Разом з тим в Естонії єдиним державним органом, що відповідає за безпечність продуктів харчування, є Департамент харчових продуктів та ветеринарної медицини, підпорядкований Міністерству сільського господарства. Основні обов'язки Департаменту – контроль за дотриманням законодавства у ветеринарній медицині, регулювання безпечності харчових продуктів та ринку тощо [4].

Таким чином, міжнародний досвід свідчить, що значна кількість країн ЄС реформували національні органи контролю безпечності продуктів харчування. Вони мають відмінності у функціях та цілях, які залежать від особливостей конкретної країни. Реформа дозволила досягти вищого рівня якості та безпечності сільськогосподарської продукції, запровадити більш ефективний і результативний контроль.

Вчений С. І. Бугера висловив ідею, щодо необхідності прийняття Закону України «Про систему якості сільськогосподарської продукції», оскільки недостатньо уваги приділяється питанням системної побудови та взаємодії законодавчих актів, якими регулюються питання безпечності та якості сільськогосподарської продукції, після його прийняття [5].

Також для покращення стану законодавства на державному рівні необхідно: сформувати систему механізмів економічного стимулювання вітчизняного виробництва продовольчої сировини та продуктів харчування, активізувати діяльність організацій та установ за кордоном з метою просування вітчизняної продукції на світові ринки; посилити адміністративну та кримінальну відповідальність виробників за виробництво та збут фальсифікованої, неякісної та небезпечної продукції, забезпечити постійну співпрацю уряду з неурядовими організаціями споживачів та підтримку їхньої діяльності й ініціатив.

Отже, забезпечення населення безпечними і якісними продуктами сільськогосподарського виробництва, а також вихід на міжнародний ринок, може бути реалізовано за умови впровадження міжнародних стандартів. Також важливо враховувати досвід та практику ведення сільського господарства передовими

країнами світу. Все це забезпечить стабільне виробництво високоякісних та безпечних харчових продуктів і знизить рівні ризиків виникнення небезпек для життя та здоров'я українського народу.

### Список використаних джерел

1. Фурдичко І. Якість і безпечність сільськогосподарської продукції в контексті продовольчої безпеки України / І. Фурдичко, О. Дем'янюк // Агроекологічний журнал. – 2014. – № 1. – С. 7–12.
2. Крисанов Д. Ф. Якість і безпечність харчової продукції / Д. Ф. Крисанов // Економіка прогнозування. – 2010. – № 3. – С. 113.
3. Жураковська Л. А. Забезпечення якості та безпечності сільськогосподарської продукції та продуктів харчування в Україні [Електронний ресурс] / Л. А. Жураковська // Вісник Сумського національного аграрного університету Серія «Фінанси і кредит». – 2013. – № 1. – Режим доступу: [file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/Vsnau\\_2013\\_1\\_43%20\(1\).pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/Vsnau_2013_1_43%20(1).pdf). – Назва з екрана.
4. Шкабара Т. Л. Перспективи адаптації Європейських регламентів щодо безпечності харчових продуктів в Україні [Електронний ресурс] : наук. видання / Шкабара Т. Л., Присакар І. І., Федорова В. О. // Міжнародна економіка. – Чернівці, 2013 – Режим доступу: [http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/a8ca57004b5f7a0f9c36bd6eac26e1c2/FS\\_report\\_Ukr\\_web.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=a8ca57004b5f7a0f9c36bd6eac26e1c2](http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/a8ca57004b5f7a0f9c36bd6eac26e1c2/FS_report_Ukr_web.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=a8ca57004b5f7a0f9c36bd6eac26e1c2). – Назва з екрана.
5. Бугера С. І. Якість сільськогосподарської продукції: проблеми адаптації законодавства до міжнародних вимог [Електронний ресурс] / С. І. Бугера // Актуальні проблеми держави і права. – 2011. – Вип. 62. – С. 698–704. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdp\\_2011\\_62\\_96](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdp_2011_62_96). – Назва з екрана.

## СЕКЦІЯ 7. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ

### NEOLOGISMS IN THE SPHERE OF ECONOMICS

**N. O. Belakova, MO-11**

**N. S. Sukhachova, Candidate Philological Sciences – Scientific advisor**

The language of economics has lots of technical terms and neologisms related to this field. Also, everyday due to the develop-



ment of technology and science as well as innovation of new ideas, new terms come to existence or some existing words gain new senses which all reflect the language of economics. In other words, neologisms are new words, word-combinations or fixed phrases that appear in the language due to the development of social life, culture, science and engineering. New meanings of existing words are also accepted as neologisms.

The **goal** of the present work is to study the neologisms in the modern English sphere of economics and compose their detailed classification depending on the spheres of their usage and word-formation.

To achieve the above mentioned purpose the following **objectives** are established:

- to study the theoretical linguistic material which is related to the topic of the research;
- to make selection of neologisms from different sources;
- to give the complete classification of word-building means;
- to study neologisms and analyze them according to their word-building type, sphere of usage, and ability to create new forms.

In the current work there were used such **methods** of scientific research as analysis and synthesis, descriptive method and the method of statistical analysis, methods of typological and lexicological analysis, comparative method, plus deductive and inductive methods of investigation and generalizing the retrieved facts and data.

The **novelty** of the investigation lies in analyzing the new words that are unstable so far as a group and still making their way in the language.

The well-known “Dictionary of Linguistic Terms” by O. S. Akhmanova provides a detailed definition, where there are distinguished two kinds of neologisms. The first definition runs as follows: “neologism is a word or phrase created for defining a new (unknown before) object or expressing a new notion” [2, c. 263], the second one says that it is “a new word or expression that has not received the right for citizenship in the national language and thus is perceived as belonging to a specific, often substandard style of speech” [2, c. 263]. There exist various definitions of neologism.

Nowadays the most productive means in word-derivation are affixation and compounding [1; 3–5].

Affixation has been a productive way of forming new words ever since the Old English period. Many new affixes have appeared recently by means of telescoping and shortening. For example, **-nomics** (from economics): *flexinomics* – «гнучка економіка» [3, с. 40], **e-** (from electronic): *e-file* – надсилати через Інтернет свої декларації про прибутки у податкову службу, *e-voting* – голосування за допомогою електронної пошти, *e-cabinet* (*e-government*) – «електронний кабінет міністрів», «електронний уряд» (уряд, що проводить свої засідання «на відстані», за допомогою комп'ютерів, електронної пошти й інших засобів телекомунікації), **eco-** (from ecology): *eco-efficiency* – здатність підприємства виробляти продукцію раціонально, із мінімальною шкодою для навколишнього середовища, *eco-economy* – «екологічна економіка», принципи економічного розвитку, які враховують необхідність збереження довкілля [3, с. 69], **i-** (from information): *i-idea* – ідея щодо створення нових інформаційних технологій, *i-community* – інформаційна спільнота [3, с. 167], **hyper-**: *hyperengineering* – радикальна реорганізація ділових підприємств, *hyperunemployment* – високий рівень безробіття, *hypernezajnyatist*, *hypercommercialisation* – гіперкомерціалізація; надзвичайно високий рівень промислового виробництва, *hypercapitalism* – «гіперкапіталізм» (характеристика капіталізму в умовах інформаційної революції, коли головним товаром стає «культурне надбання»), *hypergrower* – «супердержава», *hypercompetitive* – надзвичайно конкурентоздатний, **near-**: *near-president* – особа, яка за прогнозами у найближчому майбутньому буде обрана президентом, *near-market* – «майже ринок», *once-chairman* – колишній головуєчий, *once-only* – одноразовий [11, с. 178], **super-**: *supertot* – жінка, що поєднує риси дружини, матері, активного працівника і суспільного діяча, *supersize* – значно збільшувати щось у розмірах, *supercharge* – досягати найвищої продуктивності [11, с. 198], **techno-** (from technology): *tehnosconsumer* – користувач новітніми технічними пристроями та приладами [5, с. 211], **-ist**: *pluralist* – топ-менеджер, директор чи адміністратор, який не витримуючи стресу, переходить на менші відповідальні посади в кілька різних організацій одночасно (походить від виразу «go plural – працювати в кількох різних організаціях», *declinist* – особа, яка песимістично оцінює тимчасові досягнення в економіці країни [11, с. 47].

While analyzing neologisms, we came to such a conclusion that compounds are also very productive today. Compounds exist in various spheres of our life. We can give some examples: *downshift* – залишати «стресову роботу» для того, щоб жити більш спокійним життям [3, с. 122], *crowdsourcing* – отримувати дешеву робочу силу із зовнішніх джерел [4, с. 57], *spin-crew* – команда радників державних та політичних діячів, *spin-control* – заходи для «виправлення» іміджу офіційної особи після скандалу, несприятливої події [3, с. 57].

The semantic word building, which is any semantic change in the word meaning, it deals with sense development, and can be also treated as one of the sources of neologisms. Here are some examples: *pirating* – піратство, грабування, обкрадання → *pirating* – переманювання кадрів (залучення робітників інших підприємств) [7, с. 438], *rainmaker* – шаман, який використовує ритуали та магичні заклинання для того, щоб викликати дощ → *rainmaker* – цінний робітник (someone who makes a lot of money for a company, for example by attracting rich clients [8, с. 391]), *bridge* – міст → *bridge* – горизонтальний зв'язок (зв'язок, за допомогою якого можуть спілкуватися спеціалісти різних відділів одного рівня ієрархії в організації) [7, с. 93], *blacklist* – чорний список; список неспроможних боржників → *blacklist* – чорний список (список членів профспілки та інших «неблагонадійних» працівників у середовищі роботодавців з метою запобігання прийняття їх на роботу) [7, с. 85], *chair* – стілець → *chair* – головуючий (на зборах) [8, с. 476], *suit* – костюм → *suit* – менеджер, який працює в офісі та зобов'язаний завжди носити костюм [8, с. 476].

As a conclusion, we can mark, a new vocabulary and phraseology which arose up in connection with informative revolution pierces now almost all spheres of social and economic life, it removes both the numerous blessings and benefits and new social and economic problems, negative consequences of modern stage of scientific and technical progress.

## Literature

1. Белозьоров М. В. Англійські лексичні та фразеологічні новотвори у сфері економіки: структурний, семантичний і соціофункціональний аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 “Германські мови” / М. В. Белозьоров. – Київ, 2003. – 20 с.

2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – Москва : Советская энциклопедия, 1969. – 608 с.
3. Зацний Ю. А. Сучасний англomовний світ і збагачення словникового складу / Ю. А. Зацний. – Львів : ПАІС, 2007. – 226 с.
4. Зацний Ю. А. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття : англо-український словник / Ю. А. Зацний, А. В. Янков. – Вінниця : Нова Книга, 2008. – 360 с.
5. Єнікєєва С. М. Системність і розвиток словотвору сучасної англійської мови : [монографія] / С. М. Єнікєєва. – Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2006. – 303 с.
6. Науменко Л. П. Сучасний англomовний бізнес-дискурс в комунікативно-прагматичному та концептуальному висвітленні : [монографія] / Л. П. Науменко. – Київ : Логос, 2008. – 360 с.
7. Сторчева М. А. Менеджмент и экономика труда : новый англо-русский толковый словарь / Сторчева М. А. – Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2004. – 571 с.
8. Oxford Dictionary of Business and Management. – L. : Oxford : Oxford University Press, 2006. – 4-th ed. – 565 p.
9. The New Oxford American Dictionary / ed. by E. Jewel, F. Abate. – N. Y. ; Oxford : Oxford University Press, 2001. – 2013 p.

## **СЕКЦІЯ 8. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ І УСТАНОВ**

### **ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ В ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**Я. М. Коваленко, ДІД-31**

**Л. М. Колєчкіна, д. ф.-м. н., професор – науковий керівник**

В умовах розвитку ринкової економіки значно зросла роль аналітичної роботи щодо обґрунтування, прийняття та контролю за виконанням управлінських рішень. Прийняття рішень є найважливішою функцією управління, успішне здійснення якої забезпечує досягнення організацією її цілей.

Проблема прийняття рішень носить фундаментальний характер, що визначається роллю, яку відіграють рішення в будь-якій сфері людської діяльності. Отже, постає проблема з правильною використанням математичних методів в процесі прийняття управлінських рішень [5, с. 149].

Істотний внесок у розвиток теорій рішень внесли своїми працями: Ст. Біра, С. Донела, О. Кузьміна, Г. Кунца, І. Морріса, М. Старра, В. Шорина, М. Чумаченка, Ф. М. Бутинця і показали, що теорія прийняття рішень містить математичний системний аналіз, імітаційне моделювання, методи експертних оцінок, порядок процедури прийняття управлінських рішень [2, с. 52].

На сьогоднішній день різні світові літературні видання пропонують дуже велике різномаяття книжок та періодичних видань присвячених теорії та практиці прийняття управлінських рішень. Основну увагу дослідженню даної теми приділяли Мескон М. Х., Альберт М., Хедоврі Ф., Еддоус М., Стенсфілд Р., так і до сучасних вітчизняних та російських авторів – Трояновський В. М., Шарапов О. Д., Беспалов Б. А.

Метою дослідження є вивчення методів та моделей прийняття управлінських рішень в умовах економіки України, а також вдосконалення процесу прийняття таких рішень на підприємствах, та вибір ефективного прийняття рішень необхідного для виконання управлінських функцій. Удосконалювання процесу прийняття обґрунтованих об'єктивних рішень у ситуаціях виняткової складності на підприємстві.

Модель – це об'єкт-замінник, створений з метою відтворення при певних умовах суттєвих властивостей об'єкта-оригіналу. Основним призначенням моделі в задачах управління є прогноз реакції об'єкту на керуючі впливи [3]. Процес економіко-математичного моделювання містить у собі наступні структурні елементи: об'єкт і суб'єкт дослідження, модель, яка визначає відносини між суб'єктом що пізнає та пізнаваним об'єктом.

В ході моделювання виділяють етапи:

1. Вивчення та опис економічної суті задачі.
2. Розробка математичної моделі і одержання на її основі відповідного рішення.
3. Перевірка адекватності розробленої моделі реальній дійсності.
4. Коректування моделі в разі недостатньої відповідності реальній дійсності
5. Реалізація рішення.

Розглядаючи завдання моделювання загалом можна виділити:

- побудова моделі;
- дослідження моделі;
- використання моделі.

Під якістю управлінських рішень варто розуміти ступінь його відповідності характеру задач функціонування, що дозволяються, і розвитку виробничих систем. Інакше кажучи, у якому ступені управлінські рішення забезпечує подальші шляхи розвитку виробничої системи в умовах формування ринкових відносин.

Управлінські рішення повинні спиратися на об'єктивні закони і закономірності суспільного розвитку. З іншого боку, управлінські рішення істотно залежать від безлічі суб'єктивних факторів – логіки розробки рішень, якості оцінки ситуації, структуризації задач і проблем, визначеного рівня культури керування, механізму реалізації рішень, виконавської дисципліни.

Прийняття рішення – складний процес, на який впливають різноманітні фактори. Основними критеріями процесу ухвалення рішення є критерій часу і критерій істинності ухваленого рішення [4, с. 5]. Загальну схему розробки та прийняття управлінського рішення можна подати в такому вигляді (рис. 1):

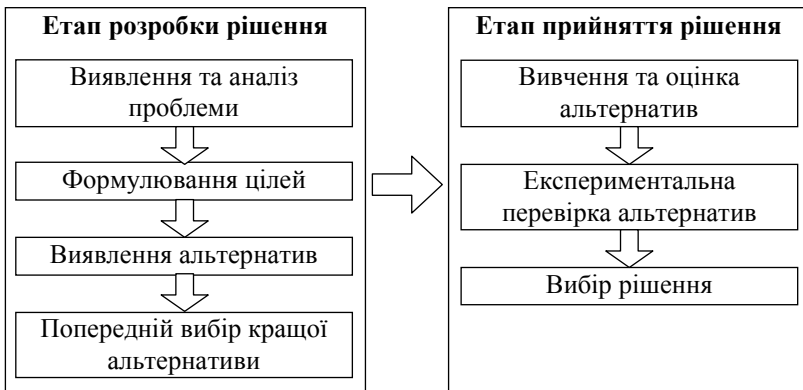


Рисунок 1 – Загальна схема розробки та прийняття управлінського рішення [6, с. 11].

Ефективність застосування економіко-математичних методів у моделях реалізації завдань базується на широкому використанні засобів автоматизованої обробки інформаційних даних. Практика прийняття управлінських рішень значною мірою визначається традиціями і звичаями, що існують в країні. За

останній час в публікаціях, у засобах масової інформації з'являються твердження, що одним із найважливіших факторів успішного функціонування економіки України, оптимальної реформи бази є застосування сучасних досягнень менеджменту. Ідеться передовсім про впровадження в процес аналізу господарської діяльності підприємств сучасних комп'ютерних технологій, що створює належні передумови одержання якісної аналітичної інформації, потрібної для забезпечення процесу розробки обґрунтованих управлінських рішень [1, с. 122].

Таким чином, процес прийняття управлінських рішень потребує використання різних методів та складається з декількох етапів. У свою чергу кількість та якість прийняття управлінського рішення залежить від стилю керівника, ситуації, культури організації та інших факторів. Синтезуючи різні компоненти, управлінські рішення виступають способом постійного впливу керуючої підсистеми на керовану, що веде до досягнення поставлених цілей. Це постійна сполучна ланка між двома підсистемами, без якої підприємство як система функціонувати не може. Ця обставина підкреслює визначальне місце управлінського рішення в процесі управління.

### **Список використаних джерел**

1. Болюх М. А. Економічний аналіз : навч. посіб. / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський. – Київ : ЗАТ «НІЧЛАВА», 2001. – 204 с.
2. Бутинця Ф. Ф. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті : навч. посіб. / Ф. Ф. Бутинця, М. М. Шигун. – Житомир : ЖДТУ, 2004. – 352 с.
3. Ланде Д. В. Основи інформаційного та соціально-правового моделювання : навч. посіб. / Д. В. Ланде, В. М. Фурашев, К. В. Юдкова. – Київ : НТУУ «КПІ», 2014. – 219 с.
4. Михальська Н. В. Методи прийняття управлінських рішень в кадровій політиці підприємства / Н. В. Михальська. – Київ : 2005. – 64 с.
5. Олексів І. Б. Метод прийняття управлінських рішень на засадах компромісного розв'язання / І. Б. Олексів // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 12 (42). – С. 142–149.
6. Петруня Ю. Є. Прийняття управлінських рішень : навч. посіб. / Ю. Є. Петруня. – Київ : Центр учбової л-ри, 2011 – 213 с.

## **СЕКЦІЯ 9. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ І МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

---

### **РОЛЬ СУЧАСНОГО КИТАЮ В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОГО РЕГІОНУ**

**Н. В. Довбня, МЕ-31**

**О. В. Шкурупій, д. е. н., професор – науковий керівник**

**Ключові слова:** Азійсько-Тихоокеанський регіон, економіка Китаю, конкурентоспроможність.

**Постановка проблеми.** Глобальні економічні зв'язки, які формуються на основі економічного розвитку Китайської Народної Республіки, зумовлюють необхідність ретельного дослідження процесів формування таких вагомих чинників впливу на економічні процеси у Азійсько-Тихоокеанському регіоні (АТР) та у світі взагалі.

**Аналіз основних досліджень та публікацій.** Розгляду питань, пов'язаних з еволюційними процесами в китайській економіці, присвячено ряд наукових праць українських та зарубіжних науковців, як Длугопольський О. В., Зуєв І., Коваль Л. М., Русин-Гриник Р. Р., Козка В. М., Марценюк З. Р., Старинець О., Устименко В. А., Кучер О. С., Колесова В. П., Осьмова М. Н. та ін.

Проте недостатня увага приділена дослідженню процесів економічної інтеграції в АТР, комплексному аналізу впливу Китаю та Японії на інтеграційні процеси в регіоні. Безпосередньо оцінку вищезазначених проблем дано в працях таких учених, як: Д. Гордієнко, А. Ільяшенко, В. Кістанов, Ю. Курнішова, І. Тімоніна, Д. Суслов, С. Шергін.

**Мета** – аналіз впливу Китаю на інтеграційні процеси в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, а також комплексний аналіз факторів успішного проведення системних змін в економіці Китайської Народної Республіки на основі вивчення механізмів регулювання та модернізації економіки Китаю.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Країни АТР мають значний інтерес для України з погляду розвитку вітчизняної промисловості, експорту новітніх технологій, науко-



вого співробітництва. У цьому регіоні, який названо регіоном ХХІ століття, проживає більше половини людства, сконцентровано 40 % обсягу світової торгівлі. АТР забезпечує половину всіх світових інвестицій. Він відіграє дедалі більш значну роль і в глобальній політиці. За панування в регіоні йде боротьба між могутніми країнами світу. У регіоні представлена велика різноманітність економік і ресурсів: динамічно розвиваються Гонконг, Тайвань і Сінгапур, високі технології Японії, Кореї, Тайваню і заходу США, природні ресурси Австралії, Канади, Філіппін та російського Далекого сходу, людські ресурси Китаю та Індонезії, висока сільськогосподарська продуктивність Чилі, Нової Зеландії, Філіппін і США.

В АТР наразі посилюється внутрішньорегіональна економічна конкуренція, яка має форму стрімкого перетворення Китаю на конкурента Японії та Південної Кореї на світових товарних ринках і ринках капіталу [1].

Останні 30 років щорічне зростання ВВП Китаю досягало майже 10 %, а зростання зовнішньої торгівлі – 16 %. Нині КНР посідає друге місце у світі за величиною економіки, випереджаючи Японію та поступаючись лише США. Китай, обігнавши Німеччину, став головним світовим експортером. Крім того, КНР фактично найбільша промислова держава світу: не менше 50 % ВВП припадає на промислове виробництво, тобто 2,5 трлн дол. (у США, для порівняння, цей показник становить близько 2 трлн дол.) (табл. 1).

**Таблиця 1 – Динаміка ВВП Китаю, США та Японії, 2009 – 2015 рр.**

Показники	Одиниці виміру	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ВВП Китаю	трлн дол. США	5,1	6,0	7,5	8,5	9,5	10,4	11,4
	річний приріст, %	×	17,6	25,0	13,3	11,8	9,5	9,6
ВВП США	трлн дол. США	14,4	15,0	15,5	16,2	16,8	17,4	17,9
	річний приріст, %	×	4,2	3,3	4,5	3,7	3,6	2,9

Показники	Одиниці виміру	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Японії	трлн дол. США	5,0	5,5	5,8	5,9	4,9	4,6	4,1
	річний приріст, %	×	10,0	5,5	1,7	-16,9	-6,1	-10,9
Коефіцієнт випере-дження ВВП США до ВВП Китаю		2,8	2,5	2,1	1,9	1,8	1,7	1,6

**Джерело:** розроблено автором на основі [4].

Китай уперше перевищив обсяги ВВП Японії у 2009 р., після чого стрімко збільшує різницю між ними. У порівнянні з США стан і динаміка економіки Китаю оцінюється так: ВВП Китаю має стійку тенденцію до зростання, хоча за останні роки темпи росту обсягів ВВП уповільнились. З огляду на динаміку ВВП Китаю та США за 2009–2014 роки, обсяги ВВП США перевищували ВВП Китаю у 2009 році майже у 3 рази, тоді як у 2014 різниця становила менше, ніж у двічі. Тобто за цей період Китай за рахунок швидкого темпу росту ВВП значно скоротив різницю з США.

Наразі одне з провідних місць для США та Японії займає саме проблема «стрімко зростаючого Китаю». Так, Східну Азію вони розглядають «як регіон, який складається з двох частин: «морської Азії», де панує порядок під егідою США та Японії, і «континентальної Азії», де стрімко зростає роль Китаю, яку необхідно обмежити» [4].

Основними напрямками у загальному розвитку Китаю у 2014 р. були наступні:

- дотримання політики подальшої індустріалізації та урбанізації;
- посилення ролі планування і збалансування основних показників з метою підтримки «розумних» темпів економічного зростання (передбачалось зростання ВВП на 7,5 %, споживчих цін на 3,5 %, збереження балансу міжнародних платежів та утримання коефіцієнту зареєстрованого безробіття в містах і селищах у межах 4,6 %) [2].

Досягнення зазначеного забезпечувалось дотриманням таких політичних орієнтирів як:

- поглиблення реформ, які мають бути основною рушійною силою трансформації суспільства із акцентом на зростання ролі ринкових відносин у системі розміщення продуктивних сил (очікується збереження ключового впливу держави у сфері макрорегулювання і макроконтролю за напрямками стабілізації росту, забезпечення зайнятості, монетарної політики);

- збільшення фінансового дефіциту і держпозик пропорційно зростанню обсягу економіки та утримання питомої ваги фінансового дефіциту на рівні 2,1 % ВВП. На думку китайських економістів, це забезпечить дотримання принципу наступності у фінансовій політиці;

- впровадження помірної гнучкої монетарної політики, що, окрім підтримки балансу між сукупним попитом і пропозицією, забезпечуватиме стабільність фінансово-грошової системи в цілому, але при цьому вимагатиме посилення відповідальності урядових структур із координації дій у сфері мікрорегулювання фінансової, монетарної, виробничої та інвестиційної політик;

- покращення життя громадян. Передбачалось зростання ролі внутрішнього попиту як основного двигуна економіки, тому особлива увага приділялась підвищенню доходів населення. Паралельно збільшувались видатки на освіту, охорону здоров'я та охорону навколишнього середовища [2].

Серед базових принципів щодо реалізації концепції розвитку визначались реформа адміністративної системи та системи оподаткування, перехід на прозору для суспільства систему формування доходів й управління бюджетними коштами. Також передбачалось проведення реформи фінансової системи і оптимізація структури державного сектора економіки.

Збільшення економічної та політичної ваги Китаю відбуватиметься поступово і супроводжуватиметься перманентним переорієнтуванням країн-сателітів регіону з традиційних держав-донорів (США, ЄС, Японії) на Китай. Привабливість такої тенденції формуватиметься завдяки тому, що Пекін утримується від висування політичних умов у процесі розширення економічної співпраці – доступ до нового фінансування надаватиметься в обмін на вигідні контракти й поступки для китайських інвесторів. При цьому надмірна залежність економік, що

розвиваються, від єдиного донора збільшуватиме нестабільність у регіоні.

Найбільш значущим досягненням Китаю у зміцненні свого впливу в АТР під час світової фінансово-економічної кризи стало створення та введення в дію з 1 січня 2010 р. Китайсько-АСЕАНської Угоди про вільну торгівлю (CAFTA). Зазначена угода стала найбільшою у світі. Вона охоплює територію із загальним населенням 1,9 млрд осіб із загальним ВВП \$ 5,8 трлн (на 2008 р.) і загальним обсягом торгівлі 4,3 трлн дол. [3].

Після створення даної зони середній рівень ставок мита Китаю щодо країн АСЕАН знизився з 9,8 до 0,1 %, у той час як 6 старих членів АСЕАН – Бруней, Індонезія, Малайзія, Філіппіни, Сингапур і Таїланд знизили рівень ставок мита щодо Китаю з 12,8 до 0,6 %, а 4 нових члени АСЕАН – В'єтнам, Лаос, Камбоджа і М'янма пообіцяли ввести до 2015 р. нульову ставку мита на 90 % найменувань китайських товарів [3].

**Висновки.** Успішне піднесення економік країн АТР, насамперед Китаю, яке відбувається внаслідок упровадження комплексу невідкладних заходів і механізмів, спрямованих на подолання кризи, приводить до посилення впливу азійської економіки на світове господарство. Відбувається помітне посилення впливу і присутності східноазійських країн у найважливіших міжнародних механізмах, що намагаються розробити нову модель розвитку світової економіки.

Таким чином, поточному розвитку політико-економічних процесів в АТР притаманна стала тенденція подальшого розповсюдження світових центрів сили, які зміщуються в АТР внаслідок зростання ролі Китаю та Індії, намагання Росії посилити свій вплив на процес перерозподілу балансу сил в регіоні, а також відносного зниження активності США в цьому регіоні через ситуативне переорієнтування на Східну Європу.

Роль Китаю у світовій економіці та глобальній політиці за останнє десятиліття зазнала кардинальних змін. Закріпившись на світових товарних ринках і беручи активну участь на світових ринках капіталу, Китай готовий дотримуватися правил гри партнерів, але при цьому зацікавлений у створенні нових міжнародних торговельних, інвестиційних та інноваційних правил гри, що відповідають китайським інтересам.

## Список використаних джерел

1. Оніщенко А. В. Головні центри економічних інтеграційних процесів Азійсько-Тихоокеанського регіону / А. В. Оніщенко // Вісник Академії митної служби України. Сер. : Економіка. – 2012. – № 2. – С. 15–23.
2. Тенденції розвитку ситуації в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bintel.com.ua/uk/article/atr/>. – Назва з екрана.
3. People's Republic of China to Deepen Cooperation with ASEAN on Several Fronts, Says Secretary General of ASEAN. ASEAN Secretariat, March 24, 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aseansec.org/24430.htm>. – Назва з екрана.
4. The World Bank Data [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://data.worldbank.org/indicator>. – Назва з екрана.

## УКРАЇНСЬКІ ВИРОБНИКИ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ: АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

*Ю. Г. Зіганшина, МЕ-41*

*І. А. Артеменко, к. е. н., доцент – науковий керівник*

**Ключові слова:** фармацевтична продукція, європейський ринок, міжнародна конкуренція, українські виробники.

**Постановка проблеми.** Ринок лікарських засобів, на сьогоднішній день є одним з найприбутковіших у світі. Фармацевтична промисловість входить до групи високотехнологічних галузей. Все більше фінансових коштів виділяється на проведення клінічних досліджень і впровадження інноваційних ліків проти різних видів захворювань. Саме тому, завдяки сучасним процесам глобалізації майже кожна країна, включаючи Україну, може імпортувати та експортувати будь-які ліки країн, що мають багаторічний досвід і добре розвинену наукову базу для виробництва лікарських засобів.

Інтернаціоналізація економіки, що посилилась в другій половині минулого століття, спричинила бурхливий розвиток конкуренції на світових ринках. Посиленню міжнародної конкуренції сприяло також сповільнення темпів розвитку національних ринків. Саме фармацевтичний ринок характеризується швидким зростанням промислового виробництва, високим рівнем конкуренції та насиченості [1].

**Аналіз основних досліджень та публікацій.** Упродовж останніх десятиліть проблеми міжнародної конкуренції цікавили вчених багатьох галузей знань. З-поміж наукових розробок у сфері міжнародної конкуренції слід назвати праці таких зарубіжних вчених, як М. Портер, Н. Ячеїстова, А. Кузнецов, К. Конрад, І. Спиридонов, Ч. Гілл, Дж. Майер, а також вітчизняних – О. Кузьміна, Н. Горбала, А. Румянцева, І. Піддубного, І. Должанського, та інші. Актуальним питанням стало виявлення напрямів, чинників та стратегій конкурентної поведінки, що забезпечували б довготривалу перемогу не лише на національному рівні, але і на міжнародних ринках.

**Виклад основного матеріалу.** Міжнародна конкуренція історично і логічно виникла внаслідок розвитку та інтенсифікації міжнародного економічного обміну і формування світового ринку. Причинами того, що конкуренція набуває дедалі більше міжнародний характер називають глобалізацію економічних зв'язків, що відбувається внаслідок стрімкого розвитку міжнародної торгівлі, іноземного інвестування, крупних транснаціональних злиттів і розширення діяльності транснаціональних корпорацій. Світовий фармацевтичний ринок є складним, багаторівневим, поліфункціональним утворенням зі стабільно високими темпами зростання виробництва, продажу і, відповідно, високим рівнем конкуренції [2].

Сьогодні в Європі відзначається зниження темпів росту фармацевтичного ринку. При цьому Франція, Німеччина, Великобританія, Італія та Іспанія забезпечують найбільшу частину обсягів продажу фармацевтичної продукції в Європі. Згідно з «IHS Healthcare & Pharma», ситуація на ключових фармацевтичних ринках ЄС нестабільна. Політика скорочення витрат на охорону здоров'я, яка стала актуальною після світової економічної кризи, допомогла скоротити витрати на розробку інноваційних лікарських засобів і стимулювати ринок генеричних препаратів. Через це відбувається скорочення державних витрат на охорону здоров'я в Греції та Італії, на фармацевтичних ринках яких, відзначається низький темп зростання (3 % у 2014 році в Італії). Темп зростання фармацевтичного ринку Іспанії також на низькому рівні внаслідок скорочення витрат на охорону здоров'я (2 % у 2014 році, 1 % у 2013 році).

Аналогічна ситуація у Франції (2 % у 2014 році, –2 % у 2013 році), де має місце низький рівень приросту фармацевтич-

ного ринку у зв'язку з впровадженням урядової програми щодо стримування витрат на охорону здоров'я та відповідних заходів щодо зниження вартості лікарських засобів, що підлягають реімбурсації.

У Німеччині проведено реформування системи охорони здоров'я. В цій країні відбувся період заморожування цін на рецептурні препарати, щоб скоротити витрати на охорону здоров'я. Рівень приросту фармацевтичного ринку за 2014 рік у Німеччині становить 7 %, що на 2 % більше ніж за 2013 рік.

У фармацевтичний ринок Великобританії в рамках реформування системи охорони здоров'я буде впроваджено системи ціноутворення на лікарські засоби під назвою «Value-based pricing» замість обмеження цін на цю продукцію. Очікується, що така заміна посприє впровадженню інновацій та забезпечення доступності препаратів. Рівень приросту фармацевтичного ринку за 2014 рік у Німеччині становить 8 %, що на 9 % менше ніж за 2013 рік.

Оскільки в ЄС існує єдиний внутрішній ринок, на якому відбувається вільне переміщення товарів без митних бар'єрів та інших обмежень, то продукція, вироблена або імпортована в яке-небудь з держав ЄС, може бути вільно реалізована в будь-якій країні-члені ЄС. Ціни на препарати в державах ЄС відрізняються, що робить перепродаж препаратів на їх ринках вигідною для посередників. Це і є причиною дефіциту фармацевтичної продукції [3].

Сучасний фармацевтичний ринок України включає виробництво лікарських засобів, дієтичних добавок, лікувальної косметики та виробів медичного призначення, оптових та роздрібних продажів продукції через аптечні мережі, спеціалізовані продажі та дистрибуцію. Серед ключових економічних характеристик цього ринку можна виділити великий рівень конкуренції при невеликих обсягах продажів та виробництва, низький рівень маржинальності, відсутність державного фінансування, велику імпортозалежність. Станом на 2015 р. на фармацевтичному ринку України наявна продукція 116 вітчизняних виробників, серед яких лише 22 – виробляють лікарські засоби з часів СРСР, а решта – це новоутворенні суб'єкти фармацевтичного ринку. Виробники охоплюють практично усі фармакотерапевтичні групи. Майже не існує зарубіжних ліків, аналоги яких не випускаються в Україні [4].

В міжнародному рейтингу конкурентоспроможності, що розраховується Всесвітнім економічним форумом, Україна за 2014–2015 рр. порівняно з 2013–2014 рр. піднялася з 84-го на 74-е місце (із 148 країн світу [5]). Географія експортних поставок традиційно представлена переважно країнами СНД – Узбекистан, Росія, Казахстан, Білорусь, Азербайджан. Серед західних країн ключовими є Німеччина і Словаччина. За інформацією Асоціації виробників ліків України, продукція українського виробництва експортується до 62 країн світу та реалізується також на ринках Європи, Північної Африки, Східної Азії, Близького Сходу. Експорт лікарських засобів становить близько 20 % загального обсягу їх виробництва.

Серед лідерів вітчизняних продажів є ВАТ Фармак, ЗАТ Дарниця, Корпорація Артеріум, ТОВ ФФ Здоров'я та ЗАТ Борщаговський ХФЗ. Найбільш фрагментованим сегментом українського фармацевтичного ринку є ринок аптечних продажів [1].

Найближчими роками фармацевтичний ринок продовжуватиме абсорбувати зміни, які сприятимуть формуванню нової економічної реальності в цьому секторі світової економіки.

**Висновки.** Підсумовуючи викладене вище, можна констатувати, що світова фармацевтична галузь на сьогоднішній день є однією з найприбутковіших, найпривабливіших та динамічно зростаючих в світовому господарстві. Переважну частину ринку акумулюють ринки 10 найрозвинутіших країн. Фармацевтична промисловість займає значне місце в економіці розвинених країн. Основними виробниками лікарських засобів є високорозвинені країни, такі як: Швейцарія, США, Японія, Німеччина, Великобританія, Франція, та інші.

Україна поки що значно відстає від середніх світових показників за обсягами продажів та виробництва фармацевтичної продукції. Проте, сьогодні спостерігається загострення конкуренції на українському ринку, що сприятиме стабілізації цін та покращенню якості препаратів, передусім вітчизняного виробництва. Позитивним є те, що конкуренція в Україні перейшла з цінового рівня на рівень конкуренції за рахунок покращення якості продукції та сервісу, що у фармацевтичній галузі дуже важливо. Ліки експортуються як в країни – сусіди, так і в країни Прибалтики та Близького Сходу.



## Список використаних джерел

1. Фролова Г. І. Конкурентоспроможність підприємств фармацевтичної галузі України / Г. І. Фролова, В. Ю. Фролова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2012. – № 1(17). – С. 146–152
2. Ячеистова Н. И. Международная конкуренция. Законодательство, регулирование и сотрудничество / Ячеистова Н. И. – Женева : Организация объединенных наций, 2001. – 468 с.
3. Пашков В. М. Глобалізація фармацевтичного ринку: проблеми та перспективи / В. М. Пашков // Економічна теорія та право. – 2014. – № 1 (16). – С. 148–160
4. Соловйов О. С. Стан та перспективи розвитку фармації України / Соловйов О. С. // Сьогодення та майбутнє фармації : тез. доп. Всеукр. конгр. – Харків : 2009. – 101 с.
5. The Global Competitiveness Report 2013–2014 [Електронний ресурс] – Режим доступу:  
[http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2013-14.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf). – Назва з екрана.

## ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ КНР

**О. В. Іванець, МЕ-31**

**О. В. Шкурупій, д. е. н., професор – науковий керівник.**

**Ключові слова:** КНР, економічна політика, зовнішня та внутрішня політика.

**Постановка проблеми.** Китай постійно розширює географію своєї взаємодії, налагоджуючи економічне співробітництво із все більшою кількістю країн. Допомогає такій взаємодії досить миролюбна і «відкрита» політика Китаю, спрямована на реалізацію взаємних інтересів договірних сторін. «Тиха експансія» Китаю поки не розглядається як загроза національним інтересам.

Крім того, слід відзначити здатність китайської економіки знаходити безліч способів проникнення на ринки країн-конкурентів та притягнення їх інтересу до власного ринку. Проникнення на ринки інших країн КНР забезпечується через переговори про співпрацю, виробничу, інвестиційну, науково-технічну, торговельну діяльність, розвиток транспортної інфраструктури, спільне вирішення міграційних проблем, активне проведення та участь у міжнародних виставках.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Дослідженням економіки Китаю у взаємодії з суб'єктами міжнародних економічних відносин займалися такі науковці як Чужиков В., Кириченко О., Артемьева О., Бабаева З., Гринин Л., Гусейнов В., Решетникова М., Мозафарі М., Жуджунь Дин, Новик В., Кургиян С. та багато інших.

**Мета статті** – дослідження процесу становлення та розвитку пріоритетних напрямів здійснення зовнішньої економічної політики Китайської Народної Республіки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Використовуючи у своїй зовнішній політиці кращі зразки «східної» взаємодії, Китай зумів домогтися сприятливого зовнішнього середовища і з успіхом розвиває досягнуті «завоювання». Головні напрями зовнішньої політики Китаю:

1. Розвиток дипломатичних відносин між Китаєм і США. Відносини з Заходом (США і ЄС) є для Китаю пріоритетними, оскільки ці країни, за китайськими оцінками, незважаючи на проблеми, є «домінуючою силою в світі в політичному, економічному і військових відносинах», а значить найбільш корисними для розвитку КНР: ринки збуту китайської продукції, постачальники інвестицій, нових технологій, партнери у справі «розвитку людських ресурсів», важливі учасники системи міжнародної безпеки.

2. Нормалізація і розвиток відносин з Індією. Хоча між Китаєм і Індією досі існує ряд невирішених територіальних питань, Індія є найважливішим стратегічним партнером Китаю, між країнами активно розвиваються торговельні відносини.

3. Розвиток китайсько-японських відносин. Вже більше 40 років Японія є головним торговельним партнером КНР, але, незважаючи на це, політичні відносини між двома країнами залишаються складними і періодично переживають періоди напруженості.

4. Китай – Росія. На сучасному етапі для Китаю відносини з Росією є важливими, але не пріоритетними. Зараз Китай зацікавлений у Росії для співробітництва у військовій та енергетичній галузях, а також як в ринку для продажу продукції китайської промисловості і для експорту своєї надлишкової робочої сили.

5. Китай прагне всіляко розвивати двосторонні відносини з багатими на нафту, газ і інші корисні копалини країнами Цент-

ральної Азії. КНР виділяє пільгові кредити для освоєння природних ресурсів, які потім експортуються в Китай. Зв'язки з Центральною Азією допомагають йому підвищити ефективність програм розвитку своїх північно-західних районів, диверсифікувати джерела енергоресурсів і сировини.

6. Розвиток відносин між Китаєм і країнами Африки та Латинської Америки також є важливим напрямом політики КНР, оскільки саме там КНР заповнює більшу частину нестачі у своїх потребах в енергоносіях (нафта, газ) і корисних копалинах. Китайське керівництво розглядає проблему забезпечення країни цими ресурсами як «питання національної безпеки» [1].

7. Членство в міжнародних організаціях також сприяє зміцненню престижу країни за кордоном, забезпечує участь КНР у формуванні міжнародних «правил гри», сприяє її економічному розвитку, а також зміцнює позиції китайського керівництва всередині країни. Аналітики вважають, що взаємодія Китаю з такими глобальними організаціями як СОТ і МВФ призвели до того, що поведінка керівництва Китаю поступово трансформується у бік більшої відповідності міжнародним стандартам (хоча у багатьох країн залишаються претензії до економічної діяльності Китаю). Китай, безумовно, зацікавлений у співпраці і з міжнародними організаціями, що займаються питаннями охорони здоров'я (ВООЗ), а також екології (в цій галузі у КНР особливо багато проблем).

Таким чином, офіційна позиція уряду КНР у зовнішній політиці припускає збереження мирного міжнародного середовища, відмову від будь-яких претензій на гегемонію, стимулювання спільного розвитку і захист миру в усьому світі [2].

Важливим напрямом зовнішньоекономічної діяльності країни протягом останніх двадцяти років було залучення прямих іноземних інвестицій. За даними конференції ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД), в 2014 р. Китай став світовим лідером за обсягом залучених з-за кордону прямих інвестицій (в китайську економіку було вкладено майже 127 млрд дол. США [3]. Серед багатьох причин «інвестиційного буму» в Китаї слід назвати три головні: низька вартість робочої сили, високий інвестиційний потенціал країни та наявність одного з найбільших у світі споживчих ринків. Важливим чинником залучення прямих іноземних інвестицій в економіку країни було створення спеціальних економічних зон (СЕЗ).

Багато рис сучасного міжнародного курсу Китаю схожі з його зовнішньоекономічною політикою. Для останньої характерні постійна гра на протиріччях між конкурентами, розосередження залежності від критично важливих поставок (стратегічної сировини, палива, технологій) максимально широкому колу контрагентів. Міжнародний курс КНР нерідко відбиває цю ж логіку, регулюючи (підвищуючи і знижуючи) рівень і щільність зв'язків з окремими зарубіжними державами, фінансовими організаціями, орієнтуючись на високу диверсифікацію зовнішньополітичних відносин і т. д.

**Висновки.** Можна з упевненістю констатувати в цілому вдале поєднання в зовнішній політиці країни «статики» і «динаміки», тобто ув'язки завдань забезпечення національного суверенітету з цілями підтримки динамічного господарського розвитку. Але важливим є інше. Повоєнна політика КНР щодо зовнішніх впливів з-за загостреного розуміння національної незалежності постійно будувалася на ідеї в'язкого опору цим імпульсам. Стихийно або цілеспрямовано Китай як би заперечував та критикував зарубіжний досвід і вплив – в тому числі в силу значних відмінностей господарства, історії і устрою держави від сусідніх, як правило, більш відкритих країн. В результаті сам процес модернізації і реформ часто виглядав як імітація. Не виключено, що деякі підсумки двадцятирічної відкритості (зростання самозабезпечення, наприклад) виявилися несподіваними і для самих китайців і країна як би ненароком розкрила ряд нових тенденцій у світовому розвитку. Інший парадокс полягає в тому, що, незмінно наголошуючи на специфіку країни, Пекін, можливо, винайшов більш продуктивний і універсальний шлях світогосподарської і зовнішньополітичної поведінки для великих і відносно відсталих країн у сучасну епоху.

### Список використаних джерел

1. Артемьева О. Внутривполитические факторы в формировании внешней политики Китая [Електронний ресурс] / О. Артемьева // материалы конференции «Внутренняя политика КНР: история и современность» (12.04.2011 р., Москва). – 2011. – Режим доступу: <http://www.ifes-ras.ru/events/4/337-konferenciya-ivnutrennyaya-politika-krn-istoriya-i-sovremennost>. – Назва з екрана.
2. Foreign Trade and Economic Cooperation [Електронний ресурс] : China statistics 2009. – 2009. – Режим доступу:

[http://www.allcountries.org/china\\_statistics/foreign\\_trade\\_and\\_economic\\_cooperation.html](http://www.allcountries.org/china_statistics/foreign_trade_and_economic_cooperation.html). – Назва з екрана.

3. Международные инвестиции в Китай за месяц выросли на 22 % [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://slon.ru/posts/56261>. – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 10. БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

### **МИСТЕЦТВО УПРАВЛІННЯ ЯК КРИТЕРІЙ ЕФЕКТИВНОСТІ У СИТУАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ**

**К. Є. Каменецька, МЗД-41**

**В. Ф. Іванюта, д. е. н., доцент – науковий керівник**

Що ж таке мистецтво ефективного управління. З літературних джерел нам відомо, що менеджмент – це управління. За певного спрощення між поняттями менеджменту й управління можна поставити знак рівності. А якщо не спрощувати, поняття менеджменту є глибшим і ємнішим, бо включає не тільки науку управління, функції управління, владу управління, а й мистецтво управління. У вільній економіці управління не може ґрунтуватися лише на владі керівництва, де головне «авторитет посади».

Мистецтво управління – ось його основа, і це є авторитет особистості. Тому менеджмент – не знеособлений інструмент управління, а такий що передбачає його центральну фігуру «менеджера», професіонала, який оволодів науковими основами управління шляхом досягнення комплексу наук, включаючи науки про людину, без чого ефективно управління неможливе. Можна погодитися з твердженням, що менеджмент – це міждисциплінарна сфера знань, «управлінська думка», що поєднує науку, досвід, ноу-хау, управлінське мистецтво. Менеджмент – це система, що передбачає здійснення способів, методів, принципів управління, уміння спрямовувати працю людей, їх знання, досвід, інтелект на досягнення поставлених цілей. Система не стала, а постійно змінювана. Це процес узгодження діяльності людей, об'єднаних в організацію для досягнення загальної мети.

І тут без мистецтва управління не обійтися. Існують два підходи до людини з погляду її ставлення до праці. Один із основоположників теорії сучасного менеджменту Мак-Грегор поділяв людей на дві групи – Х та Y. Люди групи Х – споконвічно лініві, безініціативні, постійно прагнуть ухилитися від роботи, уникнути відповідальності, як спрямувати діяльність таких людей на досягнення загальної мети? Адміністративними методами. Суворий контроль їхньої діяльності, ретельна регламентація робочого часу, особливо якщо на фірмі переважає погодинна форма оплати праці. Отже, без ієрархічного апарату управління не обійтись. Люди групи Y радше працьовиті, ніж лініві. Поміж них чимало трудоголівків. Вони цілком віддаються трудовому процесу, особливо, якщо він творчий, не рутинний, бо головне для них – реалізувати свій творчий потенціал, свої здібності. Для таких важливо створити атмосферу максимальної самостійності, ініціативи, виключаючи дріб'язкову регламентацію. І віддача для фірми не забариться. Такий (суто умовний) класифікації відповідають два стилі управління.

Адміністративно-командний стиль – це дотримання суворої ієрархії управлінського апарату; контроль та регламентація діяльності організацій нижчого підпорядкування; відповідальність їх перед вищими; людина – простий виконавець команд вищого органу. Ініціатива карається. Пріоритет такого стилю – виконання планів виробництва будь-якою ціною, а плани – це, насамперед, обсяг. Якість, умови праці – вторинні. Такий стиль управління породжував особливий шар керівників, для яких головне план.

Демократичний стиль орієнтується на максимальну самостійність усіх ланок структури управління. Зацікавленість і відповідальність – дві сторони одного процесу. Спонукальні мотиви – матеріальні та моральні стимули, відданість фірмі, суспільна значущість виконання роботи. Пріоритети – якість діяльності і продукції, отже – орієнтація на споживача. Демократичний принцип управління знаходить своє вираження через правило: «головне багатство фірми – її люди». Але найчастіше кожна людина – це водночас і Х, і Y. У цьому й полягає складність. Без мистецтва управління спрямувати таких людей на працю іноді неможливо.

Отже, менеджмент – це вміння визначати стратегічні й тактичні цілі фірми, організувати персонал на їхнє виконання. Використовуючи чинники виробництва та мотиви поведінки людей. Об'єктивна основа менеджменту – відокремлення управління від власності. Звідси і відмінності підприємства від менеджменту. Інтереси менеджера невіддільні від інтересів колективу фірми. Він такий же робітник, як кожен з персоналу фірми. Звичайно, талановитий менеджер – золотий фонд фірми, бізнесу взагалі, бо він не тільки управляючий, а й неформальний лідер завдяки авторитету особистості.

До показників, які характеризують ефективність праці в сфері управління, відносяться: зниження трудомісткості обробки управлінської інформації, скорочення управлінського персоналу; скорочення втрат робочого часу управлінського персоналу за рахунок поліпшення організації праці, використання нових технологій, віддалене управління за допомогою відео переговорів чи нагляду за колективом по камерам відеоспостереження; автоматизації трудомістких операцій у сфері управління.

### **Список використаних джерел**

1. Беседін М. О. Основи менеджменту: оцінно-ситуаційний підхід : підручник (модульний варіант) / М. О. Беседін, В. М. Нагаєв. – Київ : ЦУЛ, 2005. – 496 с.
2. Управління персоналом : навч. посіб. / М. Д. Виноградський, С. В. Беляєва, А. М. Виноградська та ін. – Київ : ЦУЛ, 2006.
3. Грішнова О. А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки / О. А. Грішнова. – Київ : Знання, 2001. – С. 235–236.
4. Завадський Й. С. Менеджмент : підручник / Й. С. Завадський. – Київ : УФІМБ, 2002. – Т. 2. – 511 с.

## **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

***І. Ю. Остапченко, БА-52***

***І. П. Чайка, к. е. н., доцент – науковий керівник***

Стратегія підприємства – це систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає форму-

вання місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості. Цілі встановлюються в усіх сферах діяльності підприємства – щодо позиції на ринку, по обсягах виробництва і асортименту, по доходах і рентабельності, по фінансах, по інноваціях, по постачальниках, по збуту, по виробничих і трудових ресурсах тощо.

У дослідженні нами було проаналізовано сучасний стан діяльності ПАТ «Полтавський автоагрегатний завод» та запропоновано варіант стратегії подальшого розвитку підприємства.

На сьогоднішній день ПАТ «Полтавський автоагрегатний завод» є єдиним в Україні і одним із найбільших в СНД спеціалізованим підприємством з виробництва гальмівної апаратури, призначеної для вантажних автомобілів типу КрАЗ, КамАЗ, МАЗ, БелАЗ. Також підприємство спеціалізується на виробництві причепів і напівпричепів, автобусів, тролейбусів і спеціалізованої авто техніки. Крім того, завод виробляє товари народного споживання, а саме: м'ясорубки, кухонні комбайни, соковижималки, пельменниці, які на сьогоднішній день користуються значним попитом як у національних споживачів, так і у країнах ближнього (Росія, Молдова, Казахстан), так і дальнього зарубіжжя (Німеччина, Румунія). Підприємство будує ділові стосунки з національними та зарубіжними споживачами на основі взаєморозуміння та врахування особливостей їх діяльності.

Як свідчать дані табл. 1, на підприємстві спостерігається така динаміка показників діяльності. Обсяг виробництва в діючих цінах зріс у 2015 р. порівняно з 2014 р. на 50 тис. грн, що зумовлено в основному зростанням цін на готову продукцію. Спостерігається зменшення собівартість реалізованої продукції на 10 тис. грн. Витрати в 2015 році зросли на 50 тис. грн у порівнянні з 2014, що зменшує позитивну динаміку результативності діяльності підприємства. Таким чином, за останній рік економічна ситуація на підприємстві не покращилась, заробітна плата залишилась на попередньому рівні, її індексація не проводилась. Це обумовлено сучасною загальною економічною і політичною ситуацією в країні.



**Таблиця 1 – Динаміка основних економічних показників діяльності ПАТ «Полтавський автоагрегатний завод» за 2014–2015 рр., тис. грн**

Показники	2014 р.	2015 р.	Відхилення: 2015 р. до 2014 р. (±)
Вироблена продукція	200	250	50
Собівартість реалізованої продукції	130	120	–10
Валовий продукт	50	80	30
Операційні витрати	180	200	20
Матеріальні витрати	30	20	–10
Податок на прибуток	40	40	0
Фонд оплати праці	90	90	0
Середньорічна вартість основних засобів	130	150	20
Середньорічний залишок оборотних засобів	2	1,5	–0,5

У табл. 2 представлена структура витрат ПАТ «Полтавський автоагрегатний завод» на виробництво продукції у 2015 р.

**Таблиця 2 – Витрати ПАТ «Полтавський автоагрегатний завод» на виробництво продукції у 2015 р.**

Елемент витрат	Сума, тис. грн			Структура витрат, %		
	план	факт	відхилення (±)	план	факт	відхилення (±)
Матеріальні витрати	167	225	58	100	135	35
Заробітна плата	90	105	15	100	105	5
Відрахування до фонду соціального захисту	31	33	2	–	106,5	6,5
Амортизація основних фондів	11	16	5	100	145,5	45,5
Інші витрати	117	127	10	100	108,6	8,6
Повна собівартість	427	507	80	100	118,8	18,8
Всього	1 278	1 520	242	100	119	19

Таким чином, фактичні витрати підприємства перевищують заплановані на 242 тис. грн, тобто на 19 %. Такі результати свідчать про те, що підприємству стало важче залишатись конкурентоспроможним.

Для збереження конкурентних позицій на ринку ПАТ «Полтавський автоагрегатний завод» необхідно розробити стратегію подальшого розвитку, яка має враховувати окремі стратегії стосовно:

- ринкових можливостей;
- потенціалу підприємства;
- власних цінностей і прагнень;
- підтверджених зобов'язань перед суспільством і його членами.

Розроблена стратегія розвитку підприємства впроваджується поетапно.

На першому етапі повинен бути проведений аналіз зовнішнього середовища функціонування підприємства та його виробничо-технічних можливостей. Підсумком першого етапу розробки стратегії підприємства є отримання інформації, яка дозволяє дати оцінку поточній обстановці, в якій функціонує підприємство, оцінити його конкурентоспроможність і виділити найбільш ймовірні напрями його подальшого розвитку.

Другий етап розробки стратегії пов'язаний з виділенням цілей та ключових проблем розвитку підприємства. На цьому етапі формуються узагальнені якісні цілі діяльності підприємства, які мають загальний характер і кількісно не виражені. Наприклад, досягнення достатнього збільшення прибутку для фіксування діяльності підприємства або введення в нові сфери ринку.

На третьому етапі обґрунтування стратегії підприємства розробляються альтернативні варіанти розвитку підприємства. З цією метою перевіряється відповідність поставлених цілей наявним можливостям підприємства, його ресурсному потенціалу.

На четвертому етапі поводитьься оцінка та вибір стратегії розвитку. Для цього здійснюється перевірка ступеня реальності виконання поставлених цілей і розроблених варіантів їх досягнення. При оцінці розроблених стратегій розвитку важливо з'ясувати, чи можна реалізувати стратегію при наявному ресурсному потенціалі, які необхідні зусилля в області маркетингу,

удосконалення організації торгівлі та ін., або стратегія представляє інтерес, але не може бути реалізована.

На п'ятому етапі відбувається складання програми дій і контроль за їх реалізацією. На цьому етапі повинен здійснюватися зв'язок між всіма завданнями, пов'язаними з реалізацією вибраної стратегії, їх конкретизація по всіх рівнях управління підприємства.

Основні вимоги розробки стратегії є наступні:

- процес розробки стратегії. Зазвичай він завершується визначенням загальних напрямів, рух, по яких забезпечує розвиток і зміцнення позицій підприємства;

- формулювання стратегії. При цьому стратегії відводиться роль певного фільтру: відхиляються усі можливості, розділи і напрями, які не сумісні з нею;

- розробка стратегії. При розробці стратегії неможливо передбачити усі можливості, які виникнуть при конкретизації цілей і формуванні способів. Тому, як правило, використовується узагальнена, неповна і неточна інформація відносно різних стратегічних альтернатив.

- впровадження стратегії.

При розробці стратегії використовують такі принципи:

1. Динамічний зворотний зв'язок – облік змін, що відбуваються в зовнішньому середовищі, і підтримка тісного взаємозв'язку між підприємством і зовнішнім середовищем.

2. Альтернативність – розробка і аналіз різних варіантів зміни зовнішнього середовища і поведінки підприємства.

3. Специфічність – стратегічна поведінка підприємства визначається його специфікою, наявністю конкурентних переваг, цінностями і прагненнями власників і трудового колективу.

Таким чином, стратегія розвитку являє собою генеральну програму діяльності підприємства, в основі якої лежить визначення основних довгострокових цілей і завдань, направлення діяльності підприємства, необхідних ресурсів для досягнення поставлених цілей.

### **Список використаних джерел**

1. Люкшинов А. Н. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. для вузів / О. М. Люкші нов. – Москва : ЮНИТИ-Дана, 2000. – 375 с.
2. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – Київ : КПІ, 2001. – 557 с.

3. Агафонов В. А. Аналіз стратегій і розробка комплексних програм / В. А. Агафонов. – Москва : Наука, 1990. – 216 с.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Київ : КНЕУ, 2004. – 699 с.

## **СЕКЦІЯ 11. ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ**

---

### **ВПЛИВ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ТНК НА СВІТОВУ СПІЛЬНОТУ**

**А. І. Гусинський, МО-11**

**Н. Л. Кужель, асистент кафедри менеджменту – науковий керівник**

Ми живемо в епоху інформаційних технологій та швидких темпів НТП, тож можна сказати, що наша свідомість є дуже рухливою і формується під впливом зовнішніх чинників різноманітного характеру.

Ні для кого не буде новиною, що характер і напрям громадської думки формують та регулюють засоби масової інформації, які в свою чергу підконтрольні певним органам, об'єднанням чи установам. На локальному рівні (обласному чи державному, наприклад) цей контроль здійснюють місцеві організації чи держава. А хто регулює і вказує напрям дії державам (урядам) і безпосередньо нам, населенню? Міжнародні організації та транснаціональні корпорації – вони керують, а якщо не керують, то задають напрям руху.

Міжнародні організації – об'єднання трьох або більше незалежних держав, їхніх урядів, інших міжурядових організацій, спрямоване на вирішення певних спільних питань чи організації проектів [2].

Транснаціональні корпорації – це корпорації, що здійснюють міжнародне виробництво на основі прямих іноземних інвестицій та мають прямий контроль над своїми закордонними філіями. ТНК володіють або контролюють виробництво продукції (або послуг) поза межами країни базування, в різних країнах світу, розташовуючи там свої філії, що функціонують відповідно до глобальної стратегії материнської компанії [2].

Питання впливу міжнародних організацій на економічні та політичні відносини досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені, такі як Л. М. Герасіна [1], Є. А. Макаренко, В. М. Матвієнко, Т. М. Циганкова, Т. Ф. Гордєєва [2], Л. С. Воронков. та інші, проте їх вплив на світову спільноту залишається на сьогодні досить актуальним.

У цілому до початку ХХІ ст. у світовому господарстві вже сформована певна система багатостороннього регулювання, представлена у тому числі цілим рядом міжнародних організацій. Розглянемо найвпливовіші з них [2]:

ООН (Організація Об'єднаних Націй) – глобальна міжнародна організація;

МВФ (міжнародний валютний фонд) – спеціальне агентство Організації Об'єднаних Націй, створене з метою регулювання валютно-кредитних відносин країн-членів і надання їм допомоги при дефіциті платіжного балансу шляхом надання коротко- і середньострокових кредитів в іноземній валюті;

Світовий банк – одна з найбільших у світі організацій, що надають допомогу з метою розвитку;

Федеральна резервна система – система приватних банків, що виконує роль центрального банку США;

ОПЕК – картель, створений нафтовидобувними державами для стабілізації цін на нафту;

НАТО – військово-політичний союз Північної Америки і Європи.

Сьогодні вищезгадані міжнародні організації відіграють значну роль у світі, вони проникли в усі сфери суспільно-політичного життя. Без їхньої участі не вирішується жодна велика проблема будь-якої держави.

Найпростішим інструментом впливу міжнародних організацій на держави і їх уряди є кредит. У руках таких величезних об'єднань це засіб шантажу, залякування і навіть тотального контролю. Паралельно наростанню впливу даних організацій йде вплив транснаціональних корпорацій, які поширюють його маніпулюванням ринкової економіки та монополізацією своєї сфери діяльності. Тобто, якщо міжнародні організації створюють світовий політичний клімат на свій лад, то ТНК контролюють 70 % торгівлі та 50 % промислового виробництва світу [1].

Вчені з Вищої технічної школи Цюріха склали модель глобальної економіки, з допомогою якої змогли визначити 147 транснаціональних корпорацій, які контролюють 40 % всього світового доходу. Науковці проаналізували взаємозв'язки 43 тисяч транснаціональних корпорацій та визначили, що існує відносно невелика група компаній, в основному банків, яка здійснює непропорційно великий вплив на світову економіку [1].

Щоб усвідомити розмір впливу ТНК, наведемо приклад: дохід Apple у 2014 р. дорівнював 220 млрд дол. США, а бюджет України на 2015 р. становив близько 22 млрд дол. США [3].

Однак, міжнародні організації та ТНК теж підконтрольні певним об'єднанням. Сучасна геополітична ситуація свідчить про те що найбільший вплив на світовій арені мають 2 династії банкірів-підприємців – Ротшильди та Рокфеллери.

Ротшильди – це європейська династія підприємців, банкірів та громадських діячів, засновником якої є Маєр Амшельд Ротшильд. Офіційні статки оцінюються у 1,7–3,2 трлн дол. США [4].

Рокфеллери – американська група підприємців банкірів. Засновник Джон Девісон Рокфеллер – перший нафтовий магнат. У даний час династія має величезний вплив на ринку нафти та у банківському секторі. Різні джерела говорять про причетність цієї сім'ї до найбільш впливових тіньових організацій у яких вони займають провідні місця.

Проведені дослідження свідчать, що Ротшильди поширюють свій вплив на європейську частину світу, а Рокфеллери на північно-американську, хоча останні дані свідчать про інтеграцію цих династій, для отримання більш широкого спектру впливу.

Таким чином можемо зробити висновок, що економічним та політичним світовим порядком правлять тіньові організації та династії, наслідки діяльності яких є суперечливими, а їх безконтрольні дії можуть загрожувати національній безпеці приймаючих країн, загострювати глобальні проблеми людства. Проте подальший розвиток світової економіки та політики багато в чому визначатиме світова спільнота. І хотілося б сподіватися на те, що світове співтовариство стане більш раціонально ставитись до факторів зовнішнього впливу і свідомо сприймати світову геополітичну ситуацію.

## Список використаних джерел

1. Герасіна Л. М. Проблема впливу міжнародних організацій на сучасний світовий політичний процес / Л. М. Герасіна // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Сер. : Філософія, філософія права, політологія, соціологія. – 2014. – № 2. – С. 98–107.
2. Міжнародні організації : навч. посіб. / В. С. Бруз ; ред. В. М. Матвієнко ; Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. – Київ : ВПЦ «Київський університет», 2005. – 406 с.
3. Федоров В. Н. Организация Объединенных Наций, другие международные организации и их роль в XXI веке / Федоров В. Н. – Москва : Логос, 2005.
4. About Bilderberg Meetings [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.bilderbergmeetings.org/index.php>. – Назва з екрана.
5. Livingston D. The G7 Climate Mandate and the Tragedy of Horizons [Електронний ресурс] / D. Livingston. – 2016. – Режим доступа: <http://carnegieendowment.org/2016/02/04/g7-climate-mandate-and-tragedy-of-horizons/iwix>. – Назва з екрана.

## ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА РОБОТУ ПЕРСОНАЛУ

**О. В. Олійник**, МО-31;

**Я. О. Пасько**, МО-31

**О. П. Білінська** асистент кафедри менеджменту – науковий керівник

Важливим компонентом теорії організації є уявлення про організаційну культуру. У сучасних умовах головними напрямками роботи з підвищення ефективності діяльності організації є зміна ставлення працівників до праці, забезпечення її сучасної організації, творчої спрямованості. Саме реалізація цих напрямів створює передумови для розвитку організаційної культури.

Вперше поняття «організаційна культура» в якості найважливішого фактора, що впливає на поведінку в організації і соціальний розвиток, сформулювали Теренс Є. Діл і Аллан А. Кеннеді в 1982 році. Вони виявили, що крім висококваліфікованого персоналу, ефективного управління, інноваційних стратегій, підприємства мають у своєму розпорядженні сильну культуру та особливий стиль, які сприяють успіхам як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках [3].

Розкриттю значення корпоративної культури для успіху підприємства сприяли дослідження Томаса Дж. Пітерса і Р. Уотермена. Вони чітко сформулювали ідею про те, що управлінець, що впливає на стан справ в організації, повинен займатися не тільки економічними питаннями, але й керувати ціннісними установками організації, в буквальному сенсі створювати сенс роботи в цій компанії [2].

Дослідження Т. Діла і А. Кеннеді, Т. Пітерса і Р. Уотермена викликали серйозний інтерес до розгляду поняття «організаційна культура», оскільки цим ученим вдалося продемонструвати переваги компаній, які мають сильну культуру [4]. Першою важливою теоретичною працею з розгляду даної проблеми вважають книгу американського психолога Е. Шейна «Організаційна культура і лідерство» (1985). Автор першим описав теорію трьох рівнів організаційної культури, на основі яких можна її вивчати: перший рівень – артефакти; другий рівень – проголошувані цінності; третій – базові уявлення. Подальші дослідження корпоративної культури будувалися вже на основі його трирівневої моделі [6].

Сфера культури організації охоплює основи психології, соціології, антропології, філософії, менеджменту, бізнесу і т. д., тобто вона є міждисциплінарною, а звідси і трудність визначення дефініції. Звичайно, це не означає, що в соціології її зміст невизначений. Ось кілька прикладів дефініцій культури організації:

- організаційна культура – це сукупність норм, цінностей, якими керуються члени організації. Вона охоплює в собі Ієрархію засад, винагород, розвитку кар'єри, лояльності і влади, взаємне ділове співробітництво (В журналі «Przegląd organizacji», 1991, № 1);

- організаційна культура охоплює величезну кількість неписаних правил в організації, які непомітно були впроваджені і постійно підтримуються керівництвом для забезпечення ритмічної праці членів цієї організації [1];

- організаційну культуру можна визначити як вірування та переконання, які мають місце в фірмі і які визначають напрям ефективної реалізації її інтересів, правила поведінки членів організації та ставлення до них (Ру і Холенд, 1989 р.);



– організаційна культура – це система цінностей, повсякденні і часто неусвідомлені положення, правила поведінки членів організації, їх ідеологія, міфи, переконання, система знань, ритуалів тощо (Конецький, 1994 р.);

– організаційна культура – це сукупність раціональних дій, сформованих і встановлених групою, які служать для дотримання внутрішньої інтеграції і пристосування організації до умов зовнішнього оточення (Е. Х. Шейн, 1986 р.);

– організаційна культура, зазначається в енциклопедичному довіднику з соціології за редакцією В. І. Воловича, – це специфічне поєднання цінностей, відносин, норм, звичаїв, традицій, форм поведінки і ритуалів, які існують в організації (Соціологія: Короткий енциклопедичний словник. За редакцією В. Воловича, 1999 р.).

Яскравим прикладом формування та розвитку організаційної культури є компанія МакДональдз.

Організаційна культура компанії – сукупність цінностей, принципів, норм, правил діяльності організації, які підтримують більшість співробітників, передаються із покоління в покоління, мають певний вплив на характер реалізації цілей організації [5].

Поняття «організаційна культура» включає в себе 3 ключових елементи:

1. Базові пропозиції:

- соціально-психологічний клімат;
- відношення до працівників та клієнтів;
- стиль управління;
- стиль поведінки, який характеризує працівників.

2. Цінності:

Потреби споживачів на першому місці.

Демонстрація шанобливого ставлення, забезпечення високоякісною їжею та добрим обслуговуванням, у чистому, затишному середовищі, за доступною ціною. Головна мета – це якість, культура обслуговування, чистота та доступна ціна для всіх відвідувачів під час кожного візиту до МакДональдз.

*Відданість клієнтам*

Створення можливостей, розвиток лідерів та винагорода за досягнення. Команда гарно навчених особистостей із унікальним досвідом життя, працюючи разом у середовищі, що стиму-

лює обопільну повагу й участь у спільній справі, є головною умовою подальшого зростання компанії.

### *Система МакДональдз*

Бізнес-модель МакДональдз, трьома ключовими елементами якої є власник/управління, постачальники та персонал – основа справи компанії. Джерелом її успіху є баланс інтересів зазначених груп.

### *Турбота про суспільство*

Серйозне ставлення до відповідальності, що накладається на лідера. Допомога споживачам будувати краще суспільство через різноманітні соціально орієнтовані програми і благодійні заходи.

### *Постійне прагнення до покращення*

МакДональдз є організацією, що навчається. Ця організація спрямована на те, щоб вчасно передбачати і реагувати на зміни потреб споживачів, персоналу та системи, через постійну еволюцію та інновації.

#### 3. Символіка.

Цей логотип не тільки «М» для McDonalds. Логотип у вигляді золотих арок, по-перше, несе ідею, що володіння франшизою McDonalds порівняно з наявністю золотої жили. По-друге, арки символізують ворота в успішний бізнес, за яким власник цього бізнесу може відчувати себе як за «кам'яною стіною». Поряд з логотипами Coca-Cola і Nike, логотип McDonalds розглядається в більш широкому розумінні, як символ капіталізму і глобалізації, оскільки вони є найбільш відомими американськими корпораціями, що вийшли на світовий рівень у такому великому масштабі.

Торгова марка МакДональдс розповсюджена по всіх країнах світу, але в кожній країні існують свої певні цінності та цілі у роботі МакДональдз, що враховують особливості менталітету та традицій.

Проаналізувавши роботу МакДональдз в Україні, зокрема в Полтаві, ми виявили наступні позитивні та негативні сторони:

- соціально-психологічний клімат

Кожен працівник прагне допомогти колезі. У закладі не можна працювати подружжю чи родичам.

- стиль управління

Менеджер пильно слідкує за роботою всього персоналу, швидко усунення недоліків, безпосередня співпраця з працівниками.

- відношення до працівників

Кожен місяць обирається кращий працівник місяця, який отримує певні нагороди, що є мотивуючим фактором у роботі персоналу. А також в певні дні тижня, які є тематичними (Наприклад, День компліментів або тиждень грецької кухні, який ми спостерігали).

- стиль поведінки, який характеризує працівників

Зовнішній вигляд працівників на перший погляд є стомленим, що псує загальну атмосферу у закладі. Працівникам жіночої статі не дозволяється мати яскравий зовнішній вигляд, але ми спостерігали протилежне.

Організаційна культура — є субкультурою національної культури і менталітету, які переважають у державі.

Існуюча організаційна культура вітчизняних компаній найчастіше не передбачає застосування і реалізації системи стратегічного менеджменту, що орієнтується насамперед на створення сприятливих умов для перспективної діяльності, а не на задоволення поточних потреб.

В усіх процвітаючих компаніях світу ведеться цілеспрямована робота з формування корисних якостей організаційної культури і керування нею. Деякі компанії України також починають усвідомлювати потребу формування, оформлення, поширення і закріплення організаційної культури, що дозволяє найбільш ефективно досягати цілей компанії й економічного успіху на ринку. Таким чином, облік, аналіз, структуризація організаційної культури антикризового розвитку, розуміння принципів і здатність керування організаційною культурою є ключем до ефективного менеджменту компанії.

Це безпосередньо стосується і нашого досліджуваного об'єкту. В Україні є великий потенціал для створення необхідного організаційного клімату, але його потрібно будувати враховуючи не лише зарубіжний досвід, а й особливості менталітету країни. Саме це дозволить досягти бажаного результату.

## Список використаних джерел

1. Виноградський М. Д. Менеджмент в організації : навч. посіб. для студ. екон. спец. вузів / М. Д. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. – Київ : КОНДОР, 2002. – 654 с.
2. Гаєвська О. Сходження до корпоративної культури / О. Гаєвська // Віче. – 2006. – № 3/4. – С. 52–54.
3. Грошев И. В. Организационная культура : учеб. пособие для студентов вузов / И. В. Грошев, П. В. Емельянов, В. М. Юрьев. – Москва : ЮНИТИ, 2004. – 288 с.
4. Ильина Г. Н. Проблема формирования управленческих команд: дилемма коллективного и индивидуального в организационной культуре / Г. Н. Ильина // Социально-гуманитарные знания. – 2003. – № 6. – С. 184–191.
5. Корпоративний сайт МакДональдз Україна [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.mcdonalds.ua/>. – Назва з екрана.
6. Магура М. Організаційна культура як забезпечення успіху організаційних змін / М. Магура // Управління персоналом. – 2006. – № 1. – С. 23–34.

## СЕКЦІЯ 12. ЛІДЕРСТВО В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

---

### ЩО ТАКЕ ХАРИЗМА?

*І. В. Кошман, Ф-51м*

*С. І. Нестуля, к. і. н., доцент – науковий керівник*

Харизма – це слово для багатьох несе в собі містичну таємницю. Що ж таке харизма і що значить харизматична людина?

Під харизмою розуміють:

- визнання божественної сили людини;
- безмежна віра в можливості людини;
- обожнювання особистості;
- форма особистої привабливості, яка стимулює визнання і підтримку.

В давнину харизма була даром богів. У сучасному світі вона означає вміння притягувати до себе увагу, властивість виділятися з натовпу.

Найцікавіше, що мати харизму – це не означає мати якийсь незвичайний дар або вміння. Це може бути цілком стандартна якість або здатність.

Харизматичними називають тих людей, які мають рідкісне вміння притягувати до себе людей, причому найчастіше без особливих на те причин.

Тобто, харизма – це винятковість, обдарованість людини, особливі психоемоційні якості, які дозволяють їй впливати на інших людей, бути лідером і вести за собою.

Класичне визначення харизми чітко визначено Максом Вебером, відомим німецьким соціологом, який вивчав соціологію уряду і керівництва: «Харизмою слід називати якість особистості, що визнається надзвичайним, завдяки якому ця особистість оцінюється як обдарована надприродними, надлюдськими або, щонайменше, специфічно особливими силами і властивостями, недоступними іншим людям. Вона розглядається як послана Богом або як зразок».

Виділяють 5 ознак харизми:

1) Емоційна чутливість. Харизматичні люди вміють не лише заражати своїми емоціями, а й тонко відчувати початковий емоційний настрій інших людей, а також вибудовувати взаємодію, спираючись на цей настрій. Вони швидко встановлюють емоційний контакт з людьми, так що інша людина дуже скоро починає відчувати себе «єдиною людиною в кімнаті», а кому не приємно бути таким?

2) Емоційний контроль. Харизматичні люди вміють контролювати свої емоції. Емоційний стан стає їхнім інструментом, вони використовують його для своїх цілей, від чого, втім, їхні емоції не втрачають щирості.

3) Уміння висловлювати свої думки. Практично всі харизматичні люди є хорошими ораторами, так що вони впливають на співрозмовників не тільки за допомогою емоцій, але і за допомогою слів.

4) Соціальна чутливість. Харизматичні люди тонко відчують соціальні взаємодії, вміють слухати і бути на одній хвилі зі своїми співрозмовниками. Тому такі люди майже завжди тактовні і уважні до свого оточення.

5) Самоконтроль у спілкуванні. Це важлива навичка харизматичних людей, яка дозволяє їм зберігати самовладання і витонченість у спілкуванні з будь-якою аудиторією. Вони можуть встановити емоційний контакт з будь-якими верствами населення.

Виникає питання, в чому ж секрет харизми? Чому одні люди легко заражають своїм настроєм і ідеями, а інші ніяк не впливають на суспільство? Чи можна стати харизматичним? Як харизматику вдається «заповнювати собою весь простір»?

Секрет харизми можна трактувати 5 пунктами:

1) Внутрішня сила. Емоції несумісні з харизмою, деколи вони зашкалюють, перетворюючи самого симпатичного чоловіка на чудовисько. А ось вміння контролювати себе і свої емоції, зберігати спокій і силу духу прикрасять будь-кого і викличуть повагу оточуючих.

2) Внутрішня свобода. Харизма – це дивовижна природність рухів, посмішки, гра поглядів і жестів. Це зухвалість, а іноді і епатаж, виклик оточуючим. Саме завдяки внутрішній свободі людина може кидати виклик повсякденною і нудного життя, піднімаючись над сірими буднями. Саме внутрішньо вільні люди можуть стати загальними улюбленцями і авторитетами.

3) Голос і мова. Великий філософ Сократ був прихильником наступного правила: «Поговори зі мною, щоб я зміг тебе побачити». І в цьому він був і залишається абсолютно правий. Адже чарівність залежить від дикції, чистоти мови, інтонації.

4) Оптимізм. Напевно, ви помічали, що вам набагато приємніше спілкуватися з людьми, які завжди вірять тільки в краще. Поговориш з такою людиною і здається, що світ не такий вже й поганий. Оптимізм – вельми корисна річ, особливо в нашому сучасному світі. До світлих людям завжди тягнуться інші – тому вірте і до вас потягнуться!

5) Захопленість. Ми живемо не тільки заради того, щоб пити, їсти, спати і ходити на роботу. Навколо нас відбувається стільки речей і кожного разу ми вчимося чомусь новому. У харизматичну людину є один дуже яскрава ознака – захопленість всім тим, чим він займається, будь то вивчення енциклопедії або вишивання хрестиком. Все, до чого має відношення харизма, заряджається особливою енергією і притягує інших.

Вважається, що харизма дається від народження, але кожному під силу розвинути в собі якості, які дозволять йому розкрити себе і допомогти розкритися іншим.

За М. Вебером, харизмою володіють великі полководці, пророки, видатні політики; харизматичними лідерами були засновники світових релігій – Будда, Христос, Магомет, великі завойовники – Олександр Македонський, Юлій Цезар, Наполеон

Бонапарт. У ХХ ст. стали відомими такі харизматичні лідери, як В. І. Ленін, Й. В. Сталін, А. Гітлер, Б. Муссоліні, Ш. де Голль, Мао Цзедун, Кім Ір Сен, Ф. Кастро та ін.

Дуже харизматична людина, приклад якого можна взяти собі на озброєння – Стів Джобс. Він вважав, що не існує людини, яка б чогось домоглася, не зробивши помилок. Саме ті, хто постійно падали, але завжди піднімалися, перебираючи різні стратегії і способи досягнення поставленої мети, гідні стати великими.

Уроки харизми і лідерства:

1. Робіть так, щоб ваші співрозмовники відчували себе найрозумнішими, чарівними і цікавими людьми.
2. Поводьтеся так, щоб люди під час розмови відчували, що ви не думаєте ні про що інше.
3. Думайте про приємне, щоб щиро посміхатися.
4. Вітайте стоячи.
5. Будьте відмінним слухачем, робіть паузи і задавайте питання.
6. Ретельно вибирайте місце за столом.
7. Зберігайте людяність.
8. Здолайте «синдром самозванця».
9. Заздалегідь готуйтеся до великих подій.

### Список використаних джерел

1. Гандапас Р. Харизма лидера / Радислав Гандапас. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 224 с.
2. Уроки харизмы и лидерства [Електронний ресурс]: Клуб естественного развития «Клубер». – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.cluber.com.ua/lifestyle/samorazvitie-lifestyle/2013/02/9-urokov-harizmyi-i-liderstva/> – Назва з екрана.
3. Що таке харизма та як її розвинути? [Електронний ресурс]: Розважально-інформаційний журнал «Морс». – Текст. дані. – Режим доступу: <http://mors.in.ua/love/722-scho-take-haryzma-ta-yak-yiyi-rozvynuty.html>. – Назва з екрана.

### ЖІНКИ І ЛІДЕРСТВО

**К. П. Соляник, ФК-51м**

**С. І. Нестуля, к. і. н., доцент – науковий керівник**

У сучасному суспільстві склався цілий ряд об’єктивних умов, що сприяють розширенню жіночого рольового репертуару, зокрема, розвитку саме жіночого бізнесу та менеджменту і

формування інституту управлінського лідерства. Суспільство дедалі більше орієнтується на демократичні принципи управління, на перше місце виходять інформаційні технології, переважна значення отримує сфера послуг з відповідною їй моделлю ділових відносин, що цілком відповідає жіночим особливостям ведення бізнесу.

Затребуваність «жіночого» стилю управління визначається також якісними змінами в самому менеджменті, який зараз набуває соціотехнічних, інноваційний, людиноорієнтованого характер. Ряд досліджень переконливо доводить, що нетрадиційний жіночий стиль керівництва цілком відповідає сучасним умовам і може підвищити життєздатність організації в нестійких умовах зовнішнього середовища.

Одні з найбільш важливих і активно розвиваються напрямків досліджень – дослідження відмінностей між лідерами – чоловіками і жінками і особливостей чоловічого і жіночого лідерства.

Різниця жіночого стилю від чоловічого:

1. Соціальний інтелект. Жінка-лідер володіє особливою чуйністю до взаємин між людьми, успішно вловлює момент назріваючого конфлікту і здатна використовувати цю інформацію в своїх цілях. Погодьтеся, що вміння зрозуміти відносини колег і партнерів до себе корисно в бізнесі і жінка в таких питаннях від природи більш сприйнятлива.

2. Стримана емоційність. Високу емоційність жінка-лідер вимушена ховати і контролювати. Сплеск емоцій та управління організацією та лідерські позиції несумісні, в такій справі необхідний холодний розум.

3. Робота і розваги: змішувати забороняється. Жінка чітко проводить межу між справою і дозвіллям і не дозволяє собі її переступити.

4. Конкретність. Жінка-лідер чітко формулює свої думки і побажання, контролює свої і чужі помилки. Зазвичай вона воліє короткострокові перспективи довгостроковим. З одного боку, результат тут і зараз прекрасно підтверджує її лідерські та професійні якості, однак іноді потрібно мислити глобально. Щоб успіх супроводжував як можна довше, деколи необхідно поглянути трохи далі звичайного.

5. Ні домінантності. Досвід показує, що жінки, які намагаються перейняти чоловічий стиль управління, не завжди успішні. Жіноче лідерство – колективне, вона здатна делегувати



повноваження підлеглим, підкреслювати їх унікальність і важливість для успіху компанії, об'єднувати людей під своїм началом. Такий стиль лідерства схожий на об'єднання великої родини – суто жіноче вміння.

6. **Переконливість.** Жінка-лідер здатна запалювати робочий інтерес, якщо комусь сумнівні її дії, вона обов'язково підтвердить свої можливості на практиці. Завдяки вмінню зрозуміти потреби оточуючих, вона здатна переконати і мотивувати своїх підлеглих.

7. **Уміння переключитися.** Справжня жінка-лідер вміє швидко перебудовуватися з однієї соціальної ролі до іншої (з «керівника» в «дружину, матір»).

8. **Авантюризм.** Дивно, але на роботі жінка-лідер готова ризикувати. Можливо, справа в уродженою інтуїції, на яку вона небезпідставно готова покластися? У будь-якому випадку, жінка ризикує і часто опиняється у виграші.

9. **Адекватне сприйняття критики.** Коли критикують чоловіка-лідера, він часто приймає це на свій рахунок, через те, що робота – одне з головних його коштів самореалізації споконвіку. Можливо, через те, що у жінки-лідера є не менш ґрунтовна роль – «мати», в якій вона здатна виразити себе, критика на роботі не приймається нею так близько до серця. Вона вміє переробити одержані зауваження і витягти з них користь.

10. **Чарівність.** Зрозуміло, що жінка-лідер не буде кокетувати з партнерами, щоб укласти вигідну угоду. Однак вона з народження здатна викликати прихильність до себе оточуючих і, особливо, чоловіків.

Цікавим відзнакою жіночого стилю управління від чоловічого є те, що жінки набагато частіше демонструють змішані стратегії, такі як «координатор-начальник», «координатор-лідер» і «господар-лідер». Дослідження чоловічих стилів управління з використанням тієї ж методики показало, що чоловіки схильні дотримуватися однієї стратегії в поведінці.

Серед об'єктивних чинників, що перешкоджають успіху жінок-лідерів, називається позбавлення обмеження доступу до інформації, і навіть менша проти чоловіками можливість повчитися панукраїнізму в менеджерів своєї статі, котрі посідають вищі посади, – вважається, що наставництва протікає успішніше попри подібність його.

1. Відмінність в мотивації трудової діяльності.

П'ятирівнева піраміда потреб Маслоу у гендерному розрізі зазнає змін. Жінки мають рухому мотиваційну структуру. Якщо вона відчуває себе соціально захищеною, щаслива в шлюбі вона не прагне до лідерства. Позиція жінки змінюється, якщо вона самотня або працює через матеріальної необхідності.

2. Висока емоційність жіночого стилю управління.

Реакція жінки-керівника відрізняється від реакції чоловіки: емоційно вона більш яскравіше і багатше. При прийнятті рішень жінка-менеджер частіше покладається на свої відчуття, інтуїцію, знамениту жіночу логіку. Однак, емоційність має і іншу сторону: жінка образливі, болючіше реагує на критику, грубість, образа, що не дозволяє їй завжди бути об'єктивною. Зайву емоційність вважають серйозним недоліком жіночої моделі управління.

3. Гнучкість, ситуативність, вміння адаптуватися.

Це в поєднанні з наполегливістю дозволяє жінці ефективно будувати взаємовідносини з діловими партнерами. Жінка вміє оперативно переключатися з однієї соціальної ролі (менеджер, бізнес-леді) на іншу (дружина, дочка, мати). Проте встановлено, що третина нервових розладів жінок відбувається саме від зіткнення її соціальних ролей.

4. Терплячість жінки-менеджера.

Стиль жіночого управління відрізняється послідовними, поступовими перетвореннями без орієнтації на миттєвий результат. Така стратегія «маленьких кроків» вельми виправдана в ситуаціях невизначеності і приносить свої плоди в сформованих економічних умовах.

5. Демократичність стилю керівництва жінки-менеджера.

Це передбачає готовність жінки-менеджера до співпраці і колегіальному прийнятті рішень. Для реалізації прийнятих рішень характерно чіткий розподіл функцій виконання, надання допомоги в разі потреби.

6. Особливості контролю.

Переважає поетапна форма у вигляді регулярних поточних перевірок. Незважаючи на м'якість стилю управління, жінка-керівник здатна до рішучого здійснення функції контролю і до вжиття жорстких заходів до винних.

7. Схильність до настанов, повчань, повчанням жінки-менеджера.

Нерідко ця риса не подобається оточуючим, особливо чоловікам.

#### 8. Допитливість жінки-керівника.

Допитливість реалізується в позитивному напрямі як прагнення розширювати свій кругозір через спілкування, встановлення нових контактів. Однак нерідко ця риса призводить до збору недостовірних відомостей (чуток, пліток) та їх використання при прийнятті рішень, що неминуче знижує їх якість.

9. В екстремальних ситуаціях жінка демонструє не стратегію страху і уникнення, а активного протистояння.

Внутрішнє чуття допомагає жінці досить успішно діяти в кризових ситуаціях. Менша амбітність і небажання досягати перемоги «за всяку ціну» дозволяють жінці діяти в складних обставинах навіть більш ефективно, ніж чоловікові.

Таким чином, розглянуті особливості поведінки жінки-керівника, будучи далеко не повним переліком, дозволяють спростувати традиційне уявлення про обмежені можливості жінки-менеджера і думка про меншу ефективність «м'якого» жіночого менеджменту в порівнянні з «жорсткою» чоловічий моделлю управління. Жінки-лідери досягають успіхів не в результаті копіювання чоловічого стилю управління, а за допомогою творчого використання своїх здібностей, реалізації внутрішньо властивих тільки жінці рис і якостей.

### Список використаних джерел

1. Бабаєва Л. В. Жінки в бізнесі / Бабаєва Л. В., Чирикова А. Е. // Соціол. дослід. – 2007. – № 3. – С. 76–77.
2. Бендас Т. В. Психологія лідерства: гендерний та етнічний аспекти : автореф. дис. на соіск. наук. ступеня д-ра психол. наук / Бендас Т. В. – Санкт-Петербург, 2012.
3. Бендас Т. В. Психологія лідерства: гендерний та етнічний аспекти : автореф. дис. на соіск. наук. ступеня д-ра психол. наук / Бендас Т. В. – Санкт-Петербург, 2012.
4. Попова Л. В. Лідерський потенціал жінок в інформаційному суспільстві / Попова Л. В. // Матеріали другої міжнар. міждисциплінарної наук.-практ. конф. – Мінськ, 2001.
5. Рошинська О. Феноменологія жіночого лідерства / Рошинська О. // Матеріали другої міжнар. міждисциплінарної наук.-практ. конф. – Мінськ, 2009.
6. Самарцева О. К. Чоловік і жінка: менеджмент сфери бізнесу / Самарцева О. К., Фоміна Т. А. // Соціологічні дослідження. – 2010. – № 11.

## СТРЕС: НАСЛІДКИ, МЕТОДИКИ ПРОТИДІЇ

*І. В. Богиня, Ф-51м*

*С. І. Нестуля, к. і. н., доцент – науковий керівник*

Лідери в силу своєї позиції і діяльності постійно стикаються зі стресами. Стреси впливають на поведінку людини, її працездатність, здоров'я, взаємини з навколишніми й родиною.

Стрес – це напружений стан організму людини, як фізичний, так і психічний. У перекладі з англійської стрес – це тиск, натиск, напруга [2].

Для нормального функціонування нервової системи необхідно, щоб будь-яка робота чергувалася з відпочинком; здійснювати фізичні вправи чи працювати, що теж сприяє виходу накопиченої енергії.

Стреси входять у першу десятку причин, що викликають хвороби.

Також стресу притаманні як плюси так і мінуси. Плюси стресу для людини: виділяється додаткова енергія для рішення проблеми. Організм «підказує» що робити: утекти, напасти або затаїтися. Тренується нервова система, імунна й серцево-судинні системи.

Мінуси стресу: енергії може бути занадто багато. Організм «підказує» в основному примітивні реакції, найчастіше суперечному свідомому вибору. При сильному стресі імунна система нервова й серцево-судинна системи виснажуються.

Один із кращих засобів упоратися зі стресом, заспокоїтися – це спілкування із близькою людиною, коли можна, по-перше, як говорять, «вилити душу», тобто розрядити вогнище порушення; по-друге, перейти на цікаву тему; по-третє, спільно відшукати шлях до оптимального вирішення конфлікту або хоча б до зниження його значимості.

Для подолання стресу є дві найбільш уживані можливості [3]:

1. Подолати стрес цілком самостійно (з чим ви вже обізнані).
2. Звернутися до психолога, щоб з його допомогою грамотно вийти зі стресу.

От кілька способів релаксації за 10 хвилин [1].

1. Вставайте ранком на десять хвилин раніше, ніж звичайно. Таким чином, ви зможете уникнути ранкового роздратування. Спокійний, організований ранок зменшує неприємності дня.

2. Заваріть собі міцного чаю або зваріть кави. Розтягніть їх на 10 хвилин, намагайтеся в цей відрізок часу ні про що серйозне не думати.

3. Вімкніть програвач і послухайте свою улюблену музику. Насолоджуйтеся цими чудовими миттями. Постарайтеся повністю поринути в музику, відключившись від ваших думок.

4. Якщо ваші близькі у дома, випийте чай або кави разом з ними й спокійно поговоріть про що-небудь. Не вирішуйте свої проблеми відразу ж після повернення додому: у стані втоми, розбитості це дуже важко, а часом неможливо. Вихід з складного положення ви зможете знайти після того, як пройде небагато часу й спаде напруга трудового дня.

5. Не переживайте проблему наодинці. Тримати проблему в собі, не обговорюючи її із близькими чи друзями, означає накопичувати хворобливу напругу. Потрібно знайти людину, що вміє слухати й співпереживати.

6. Робіть свої вихідні дні як можна різноманітніше. Якщо будні звичайно напружені, використовуйте вихідні для спокійного відпочинку.

7. Прощайте й забувайте. Прийміть той факт, що люди навколо вас і світ, у якому ми живемо, недосконалі. Приймайте доброзичливо, на віру слова інших людей, якщо немає доказу зворотнього. Вірте тому, що більшість людей намагаються робити все настільки добре, наскільки можуть. Ну й, звичайно ж, зверніть увагу на гарне харчування й регулярні фізичні справи.

Довготривалий стрес негативно впливає на організм, особливо на функцію серцево-судинної системи. Підвищена концентрація так званих «гормонів стресу» – адреналіну та норадреналіну, прямим шляхом діє на серце, кровonosні судини та спричиняє розвиток артеріальної гіпертензії, збільшення рівня холестерину та глюкози в крові.

Загальновідомі методи боротьби зі стресом – алкоголь, паління, неправильне харчування мають негативні наслідки для здоров'я та погіршують опір організму несприятливим чинникам навколишнього середовища.

Не дивлячись на погану репутацію, стрес є однією з систем захисту організму, однією з найкращих систем. Коли ми відчуваємо небезпеку, в організмі відбувається викид адреналіну і інших хімічних речовин, які роблять нас більш готовими до

несподіванок, піднімають наш тиск, збільшують сили, швидкість і час реагування.

При вивченні даної проблематики нами було проведено дослідження. Тридцятьом студентам запропонували пройти тест, який має назву «визначення ступеня схильності до стресу» [4].

За результатом отримала наступні результати:

19 осіб знаходяться в межах 25, тобто їх стресовисьь знаходиться в чудовому стані;

11 осіб знаходяться в межах 25–65, тобто їх стресовисьь значного ступеня, їм потрібно якомога швидше виправляти ситуацію що склалася, попрацювати зі своїми стресо-факторами, то обмежити їх вплив.

Отже, кожна людина повинна сама проводити аналіз свого стану й виявляти причини стресової напруги, можливо характерні тільки для її організму (з погляду її особистих відчуттів).

### **Список використаних джерел**

1. Емоційне вигорання // Упоряд.: В. Дудяк. – Київ : Главник, 2007. – С. 128 (Серія «Психол. інструментарій»).
2. Загальна психологія. Тексти : у 3 т. : для студ. фак. психології вузів по напрямку 521000 – «Психологія» / отв. ред. В. В. Півнів, ред.-сост. : Ю. Б. Дормашев, С. А. Капустін. – 2-е вид., іспр. і допов. – Москва : УМК «Психологія», 2002. – Генезис. Т. 2, кн. 1 : Суб'єкт діяльності. – 671 с.
3. Радугин А. А. Психологія : навч. посіб. для вищих учбових закладах / Радугин А. А. – Москва : Центр, 2003. – 400 с.
4. Шеремет О. Вийдемо зі стресу разом. Соціально-психологічний тренінг / Шеремет О. // Психолог. – 2007. – № 23–24 (263–264).

## **СЕКЦІЯ 13. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ХХІ СТОЛІТТІ**

---

### **СОЦІАЛЬНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**К. П. Волошина, УПЕП-41**

**В. В. Нестефоренко, асистент – науковий керівник**

Соціальні методи управління представляють собою систему способів та важелів впливу на соціально-психологічний клімат в колективі, на трудову та соціальну активність персоналу.

На основі проведеного дослідження економічної характеристики господарської діяльності акціонерного товариства, виявлено, що остаточний фінансовий результат у 2014 році порівняно з 2012 роком зменшився, проте у порівнянні з 2013 роком збільшився.

У 2014 р. коефіцієнт зносу основних фондів склав 0,47 разів, що на 0,01 разів менше ніж у 2012 р. та на 0,03 разів менше у порівнянні з 2013 р. Коефіцієнт придатності упродовж 2012–2014 рр. зменшився, і у 2014 р. склав 0,53 рази, що на 0,01 разів більше ніж у 2012 р. та на 0,03 разів проти 2013 р.

На підприємстві збільшується чисельність основних робітників, у 2014 р. порівняно з 2012 р. на 1,04 %, це пов'язано з тим що чисельність допоміжного персоналу також збільшується. У результаті чого коефіцієнт співвідношення основних та допоміжних працівників збільшився на 23 %.

Середньооблікова чисельність працівників у 2014 р., порівняно з 2012 р. зменшилась на 13 осіб (4,3 %), а порівняно з 2013 р. – на 37 осіб (12,2 %). Найбільшу питому вагу у структурі персоналу мали робітники у 2014 р. – 11,7 %, а питома вага спеціалістів та працівників апарату управління станом на 2014 р. становила 2,6 %.

Нами було проведено анкетування співробітників заводу стосовно задоволення умовами праці. Дослідження показало що близько 90 % працівників повністю задоволені умовами праці. Аналогічно, близько 90 % співробітників задоволені морально-психологічним кліматом на підприємстві.

У 2012 році пройшло процедуру підвищення кваліфікації, професійну підготовку та перепідготовку 237 осіб (48,2 %) від загальної кількості персоналу. У 2013 році – 214 осіб (48,2 %) від загальної кількості персоналу, та у 2014 році – 175 осіб (51,1 %).

Також було проведено анкетування персоналу на ПАТ «Миргородський завод мінеральних вод» з приводу рівня задоволеності працею персоналу, отримано такі результати: високий рівень задоволеністю працею ми спостерігаємо за такими аспектами, як інтерес до роботи, задоволеність досягненнями в роботі, задоволеність взаємовідносинами з співробітниками та задоволеність взаємовідносинами з керівництвом. Це означає, що психологічний та моральний клімат на підприємстві знаходиться на високому рівні.

Середній рівень незадоволеності працею визначається у таких факторах: рівень прагнення в професійній діяльності; перевага роботи, що виконується, високому заробітку; задоволеність умовами праці; професійна відповідальність; загальна задоволеність працею. Причина цьому деяка невідповідність вимогам умов праці, які повинні бути на підприємстві, також невисока заробітна плата та відсутність матеріальної підтримки у впровадженні нових проектів. Саме це вплинуло на незадоволеність працею працівників даного підприємства.

Тільки зміло керуючи персоналом можна отримувати прибуток та розвивати підприємство. Згідно проведеного дослідження, на ПАТ «Миргородський завод мінеральних вод» менш за все розвинутими є соціально-психологічні методи управління персоналом. Хоча вони відіграють важливу роль в системі управління персоналом, тому що тільки психологічно та соціально вмотивований працівник прагне принести користь своєму підприємству. Головною причиною дисбалансу в системі методів управління персоналом досліджуваного підприємства є її застарілість. Дана невірноваженість негативно впливає на продуктивність праці та на повагу працівників до підприємства в якому вони працюють.

Окрім зусиль по ліквідації конфліктів в результаті здійснення управлінської діяльності, потрібно враховувати важливість комунікацій між керівниками та їх підлеглими. Дана проблема характерна не тільки для досліджуваного підприємства, але і для всіх систем управління, які використовуються в нашій країні.

Для вирішення даної проблеми потрібно заснувати зустрічі представників робочого колективу підприємства з його керівництвом. Теми для обговорення можуть бути запропоновані кожною стороною, а також можна встановити спеціальну скриньку, в яку кожен бажачий може опустити листок з темою, яка цікава саме йому.

Наступним немало важливим аспектом модернізації соціальних методів управління персоналом є участь та зацікавленість керівників в соціальному житті працівників. Така участь повинна проявлятися не тільки в трудовій діяльності колективу, але і в організації його дозвілля. Крім цього слід організувати місця, де персонал міг би відпочивати в період обідніх перерв і в перервах між змінами. Варто також не забувати і про дозвілля працівників ПАТ «Миргородський завод мінеральних вод» та їх



сімей. Це не є проблемою для підприємства – організовувати свята для дітей працівників а корпоративні вечори для персоналу. Працівник буде повністю присвячувати себе підприємству, тільки якщо він буде відчувати та бачити підтримку зі сторони керівництва.

Окрім цього, кожен працівник повинен відчувати, що його праця а ініціатива важлива для підприємства, і вони ніколи не залишаться непоміченими. Для цього персонал, який працює понаднормово слід заохочувати або матеріально або шляхом публічного вітання перед колективом підприємств. Також слід не забувати і про ініціативу працівників – заохочувати будь-які їх пропозиції по вдосконаленню процес виробництва а ефективності праці.

Керівництву підприємства слід регулярно відслідковувати соціально-психологічний клімат в колективі. Це допомагає уникати конфліктів на виробництві шляхом їх усунення на початковій стадії та прийняття мір для запобігання їх в майбутньому. Також дуже важливо виявити лідерів в колективі та аналізувати їх можливості, оскільки дуже важливо, щоб набір персоналу на керуючі посади проводився не тільки ззовні, але і з персоналу самого підприємства. Це буде стимулювати працівників проявляти себе а працювати настільки ефективно наскільки це можливо.

Основними напрямками удосконалення соціальних методів управління персоналом ПАТ «Миргородський завод мінеральних вод» можуть бути: підтримання сприятливого психологічного клімату в колективі на основі розвитку системи управління конфліктами, затвердження норм і правил трудової дисципліни і заходи відповідальності за порушення, усунення бар'єрів спілкування між співробітниками і керівництвом; створення на підприємстві системи попередження конфліктних ситуацій, стимулювання їх позитивних наслідків дозволить забезпечити високу ефективність функціонування системи управління на підприємстві, підтримання сприятливого психологічного клімату в трудовому колективі.

Реалізація запропонованої програми дозволить істотно підвищити рівень організації в особі її співробітників, збільшиться престиж і зацікавленість роботи в даній компанії. У підрозділах виявляться найбільш цінні співробітники, що дозволить провести кадрові перестановки і обґрунтовано розподілити посади.

Підвищення соціальних гарантій, збільшить рівень життя працівників і дозволить залучати до роботи професіоналів з високими вимогами до місця роботи. Всі ці заходи неминуче приведуть до збільшення працездатності персоналу, відповідно вплинуть на вироблення і товарообіг.

У цілому можна зробити висновок, що впровадження запропонованих заходів у поєднанні з удосконаленням інших методів управління дозволить підвищити зацікавленість співробітників в результатах своєї праці і ефективність всієї системи управління підприємством.

## **УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ – КЛЮЧОВА ЛАНКА ВНУТРІОРГАНІЗАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ: ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ ТА СУЧАСНИЙ СТАН**

**К. Ю. Тремтій, УПЕП-41**

**В. В. Нестефоренко, асистент – науковий керівник**

Фахівцю з управління персоналом належить провідне місце у виконанні завдань управління. Він відповідає за роботу конкретного підрозділу чи організації в цілому, має у своєму підпорядкуванні конкретний колектив працівників, наділений правами і повноваженнями. Він вибирає оптимальні варіанти управлінських рішень і організує їх рішення.

Результати роботи управлінця залежать не тільки від діяльності колективу, який він очолює, і апарату управління, а також і від організації власної праці.

Для удосконалення заробітної плати на підприємстві необхідно здійснити класифікацію робочих місць (посад) по методу бальних оцінок з використанням факторних точок.

Спочатку мають бути отримані описи робочих місць (посад), розроблені посадові інструкції й положення про підрозділи, потім – аналіз описів посад. Експертна група (основні фахівці й керівники підрозділів) має виділити ключові фактори оцінки й значимість кожного фактора при оцінці посади. В результаті виділилися наступні фактори:

- необхідна кваліфікація (освіта, досвід роботи, для яких максимальні бали 50 і 150 відповідно; максимум 200);
- складність роботи (розумові, фізичні зусилля, для яких максимальні бали 100 і 50 відповідно; максимум 150);
- ініціативність і самостійність (максимум 150 балів);

- відповідальність за роботу підлеглих (максимум 100 балів);
- відповідальність за контакти із клієнтами й сторонніми організаціями (максимум 100 балів)
- матеріальна відповідальність (максимум 200 балів);
- відповідальність за гарну репутацію організації (максимум 100 балів).

Максимальна оцінка посади 1 000 балів.

За допомогою запропонованої нами методики можна легко оцінити рівень кваліфікації працівника та нарахувати йому заробітну плату.

Доплати і надбавки встановлюються як відсоток до основної заробітної плати, як правило, раз на рік, і тому не враховують поточних успіхів або невдач у трудовому процесі. Суттєве значення мають надбавки за інтенсивність праці, поєднання різних трудових функцій і додаткових обов'язків, а також індивідуальні надбавки керівникам і фахівцям, які утворюють коло осіб ключової компетенції. На цьому етапі такі особи здебільшого визначають конкурентоспроможність підприємства, тому, високі (до 50 % основного, посадового окладу) надбавки є цілком виправданими.

З метою орієнтації персоналу підприємств на постійний професійний розвиток і вдосконалювання персоналу рекомендується використовувати премію за професіоналізм. Така премія може призначатися за результатами атестації. На атестації, як правило, оцінюється відповідність співробітника формальним вимогам, що висуваються до його посади, наприклад, кількість залучених і потенційних клієнтів у роботі одночасно, рівень освіти, заповнення звітності, розмір середньої закупівлі.

Вважаємо важливим і те, що для керівників організації розмір премії за основні результати діяльності визначається у відсотках до його фонду заробітної плати, яка нарахована, виходячи з посадових окладів за штатним розписом, і не може перевищувати максимального розміру 0,75 посадового окладу в розрахунку на місяць. Максимальні премії для керівників, а також для спеціалістів і службовців не повинні перебільшувати 2,6 посадових оклади за рік. Преміювання спеціалістів, службовців та робітників доцільно здійснювати за стажем безперервної роботи на підприємстві (роки):

- до 3 років, – винагорода до середньомісячної заробітної плати не виплачується;
- від 3 до 5, – 25 % до середньомісячної заробітної плати;
- від 5 до 10, – 30 % до середньомісячної заробітної плати;
- від 10 до 15, – 35 % до середньомісячної заробітної плати;
- понад 15, – 40 % до середньомісячної заробітної плати.

На нашу думку, для продуктивнішої роботи персоналу потрібно більш повно вивчати стимули, що спонукають працівників до роботи та постійно їх мотивувати. Для цього пропонуємо на підприємствах створювати відділи з мотивації персоналу.

Основними функціями відділу по мотивації персоналу повинні стати:

1. Систематичне вивчення мотивації працівників різних підрозділів підприємства.
2. Оцінка ефективності використовуваних на підприємстві систем і методів стимулювання праці.
3. Розробка пропозицій по вдосконаленню системи стимулювання різних категорій працівників підприємства.
4. Визначення та впровадження нових методів стимулювання праці.
5. Обґрунтування нових систем оплати праці стосовно до різних категорій працівників підприємства.
6. Формування статистичної бази даних за рівнем мотивованості персоналу та оцінки системи стимулювання з подальшим використанням інформації для розробки стратегії з розвитку мотивації та системи стимулювання персоналу.
7. Вивчення досвіду вітчизняних і зарубіжних підприємств з оцінки мотивації та застосування різних методів стимулювання.

У створенні відділу по мотивації персоналу укладено перехід підприємства від відчуття мотиваційного середовища до її систематичного вивчення та у зв'язку з цим – до вдосконалення системи стимулювання для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Відділ з мотивації персоналу повинен складатися мінімум з трьох осіб. Також для цього необхідно організувати робоче місце. Якщо на підприємстві існує відділ праці та заробітної плати, то цілком логічно було б перевести частину співробітників у новостворений відділ. Для цього також необхідно про-

вести конкурс. Організація робочих місць відділу не буде занадто витратним, тому що працівники підприємства вже оснащені необхідною технікою та меблями. Додатковими витратами стануть придбання спеціалізованого програмного забезпечення, участь у семінарах та навчання на спеціальних курсах.

Стимулом соціального плану, що впливає на підвищення продуктивності праці працівника, скорочення плинності кадрів може стати реалізація умов, що передбачають видачу працівнику соціального пакета.

Так, з нашої точки зору в умови колективного договору можна включити елементи, які передбачають певні пільги і гарантії для працівників підприємства, які виконали в повній мірі і в належному обсязі свої трудові обов'язки, не порушили трудову дисципліну. Найбільш потужним стимулом соціального плану, обумовленого в тому числі і вартісними аспектами, може стати оплата проїзду в громадському транспорті, харчування за рахунок підприємства, надання позик та кредитів, медичне обслуговування, страхування працівників підприємства, надання турпутівок.

Стимулом психологічного плану може стати:

- довічна зайнятість (заманливою пропозицією є висунення працівника на керівні посади);
- єдиний статус (рівні для всіх умови – відсутність спеціальних місць на автостоянках, разом харчуються і т. ін.);
- система атестацій та співбесід (один раз на рік керівник підприємства зобов'язаний атестувати і провести офіційну співбесіду з кожним керівником відділів, в свою чергу кожен керівник відділу зі своїми співробітниками).
- розробити спеціальну програму, за якої кожен працівник може написати анонімну скаргу, розгляд в 10-денний термін).

## **АТЕСТАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК МЕТОД ЙОГО ОЦІНКИ**

**Д. Ю. Коваль, УПЕП-41**

**В. В. Нестефоренко, асистент – науковий керівник**

Система атестації та оцінки персоналу – важливий елемент управління людськими ресурсами. Принциповою умовою ефективної роботи системи оцінки є її комплексний характер, що враховує все різноманіття завдань, що вирішуються конкретною

організацією в загальній системі кадрового менеджменту. Сьогодні компанії використовують два поняття: оцінка та атестація персоналу, тому слід визначити ці поняття.

Атестація – це процедура визначення відповідності співробітників своїй посаді.

Оцінка персоналу – це процес визначення ефективності діяльності співробітників у ході реалізації завдань організації, що дозволяє отримати інформацію для прийняття подальших управлінських рішень.

Оцінка і атестація персоналу допомагає виявити і розкрити потенціал співробітників і направити цей потенціал на реалізацію стратегічних цілей компанії.

Причини застосування зазначених методів:

- керівники не хочуть проводити оцінювання тому, що вважають цю процедуру додатковим навантаженням, що є мало-ефективною, «черговою кампанією», яка може зіпсувати їхні стосунки з підлеглими і т. д.;

- рядові співробітники чинять опір проведенню процедури оцінки, оскільки побоюються, що їх становище погіршиться в результаті перевірки їх компетенцій;

- часто опір введенню процедури оцінки викликано опором змінам як таким.

Оцінка персоналу – діяльність, що проводиться на різних етапах функціонування системи управління персоналом для різних цілей, в тому числі:

- підбір кандидата на вакантну посаду: оцінка необхідна для встановлення відповідності умінь і навичок кандидата (як професійних, так і особистісних) посадовим вимогам і корпоративній культурі компанії;

- в ході проходження випробування (випробувального терміну): метою є додаткова оцінка рівня відповідності співробітника займаної посади та рівня його адаптації в компанії;

- в ході виконання поточної діяльності: на даному етапі оцінка спрямована на уточнення плану професійного та кар'єрного зростання співробітника, прийняття рішень про преміювання, перегляд заробітної плати;

- навчання співробітника (у відповідності з цілями компанії): необхідно визначити поточні знання співробітника і потреба в його навчанні, бажано провести подібну процедуру і після проходження навчання;

- переведення в інший структурний підрозділ: слід визначити можливості співробітника для виконання нових посадових обов'язків;

- формування кадрового резерву: оцінка професійного і в першу чергу особистісного потенціалу співробітника;

- звільнення: на даному етапі оцінка вимагається для виявлення некомпетентності співробітника, причому підставою звільнення в цьому випадку можуть служити тільки результати атестації.

Осьове питання будь-якої оцінки – встановлення її показників, які дозволяють визначити відповідність працівників пропонуваним вимогам. При всьому різноманітті показників оцінки їх можна умовно розділити на три наступні групи:

- результативність праці;

- професійна поведінка;

- особистісні якості.

Типові помилки оцінки персоналу:

- вплив на спостерігача стереотипів щодо статі, віку, сімейного стану та ін.;

- «ефект відмінника», коли співробітник об'єктивно заслуговує поганій оцінці, але інтерв'юер під впливом авторитету співробітника завищує йому оцінку;

- помилка центральної тенденції, пов'язана з боязню крайніх суджень: спостерігач прагне дати спостерігається поведінки усереднену оцінку;

- «ефект контрасту» – схильність спостерігача виділяти у співробітника риси, протилежні власним;

- «ефект схожості» – схильність спостерігача виділяти у співробітника риси, схожі з власними;

- «гала-ефект» – один фактор впливає на інші, в результаті чого узагальнене враження спостерігача веде до грубого сприйняття поведінки, ігнорування тонких відмінностей;

- «ефект поблажливості» – тенденція спостерігача завжди давати позитивну оцінку що відбувається;

- «группінг» – виникає в ситуаціях, коли спостерігач не схильний диференціювати оцінки в групі, хоча, наприклад, у відділі, що досяг поганих результатів, не обов'язково всі співробітники працювали погано.

Обов'язкової атестації підлягають працівники в передбачених окремими законами випадках. Добровільна атестація прово-

диться на розсуд (рішенням) адміністрації з метою оптимізації управління персоналом, а значить, для підвищення працездатності і стійкості бізнесу.

Основними цілями атестації є:

- надання допомоги менеджеру при прийнятті рішення про розмір надбавки до винагороди на підставі заслуг працівника;
- визначення шляху найбільш ефективного використання працівника, наприклад, чи слід його залишити в колишній посаді, або перевести, або просунути, або понизити в посаді, а то й зовсім звільнити;
- виявлення необхідності навчання працівника на внутрішньофірмовій базі, тобто тих областей роботи, в яких можлива більш ефективна робота персоналу в процесі його навчання;
- мотивація працівника до більш ефективного виконання ним своїх посадових обов'язків шляхом спільного обговорення результатів його роботи, визнання його заслуг і надання йому можливості обговорити свою роботу з керівником.

Регулярна оцінка компетенції співробітника – базова процедура, необхідна для ефективного функціонування персоналу компанії. В умовах кризи особливо актуально звернути увагу на людський капітал. Для цього може бути використана атестація персоналу або звичайна оцінка.

Оцінка персоналу виявляє не тільки відповідність працівника займаний ним посаді, але також спрямована і на оцінку потенціалу співробітника, планування його кар'єрного росту, отримання зворотного зв'язку та ін.

В умовах мінімізації витрат оцінка персоналу може бути більш важлива. Вона простіше в застосуванні, а її процедура гнучкіше щодо конкретних завдань. При цьому на основі оцінки можна визначити потенційні можливості співробітника і таким чином гарантувати правильне розширення його функціоналу.

Який би вибір компанія не зробила, для того щоб знайти «сильні і слабкі ланки», слід враховувати, що криза мине, а імідж компанії, зароблений за цей час, залишиться.

### **Список використаних джерел**

1. Рожнов В. Атестація працівників підприємства / В. Рожнов // Кадровик України. – 2008. – № 6 (червень). – С. 38–54.
2. Таран М. Аттестация и оценка персонала / М. Таран // Кадровик України. – 2012. – № 2 (лютий). – С. 112–122.



## ЕКОНОМІЧНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

**М. В. Мигаль, УПЕП-41**

**В. В. Нестефоренко, асистент – науковий керівник**

Тільки вміло керуючи персоналом можна отримувати прибуток та розвивати підприємство.

Жодна система управління не стане ефективно функціонувати, якщо не буде розроблена ефективна модель мотивації, оскільки мотивація спонукає конкретного індивіда і колектив у цілому до досягнення особистих і колективних цілей.

На сьогоднішній день важливо відновити роль матеріального стимулювання на підприємстві. Сутність пропонованої системи стимулювання працівників у ПАТ «Полтавський автоагрегатний завод» повинна полягати в наступному:

- стимулювання високих трудових показників працівника;
- формування певної лінії трудового поведінки працівника, спрямованої на процвітання організації;
- спонукання працівника до найбільш повного використання свого фізичного і розумового потенціалу в процесі здійснення покладених на нього обов'язків.

Для працівників ПАТ «Полтавський автоагрегатний завод» встановлено такі види доплат і надбавок: понаднормові години, вихідні та святкові дні; оплата пільгових годин підлітків; доплати до середнього рівня; допомоги з тимчасової непрацездатності; за суміщення професій; навчальну відпустку; додаткову відпустку з дозволу адміністрації; компенсація за відпустку; оплата чергової відпустки; оплата простоїв.

У списку існуючих доплат і надбавок відсутня дуже важлива для цілей інноваційного розвитку підприємства і для працівників стимулюючих доплат і надбавок – доплата за професійну майстерність. Надбавка за професійну майстерність встановлюється з метою підвищення професійної майстерності робітників, посилення їх матеріальної зацікавленості в підвищенні відповідальності за якість виконуваної роботи.

Вважаємо за доцільне встановити дану надбавку для робітників ПАТ «Полтавський автоагрегатний завод» в розмірі до 25 % до тарифної ставки. Оцінюючим органом буде виступати атестаційна комісія.

В табл. 1 представлений сформований нами перелік критеріїв оцінки профмайстерності, а також встановлені розміри заохочення відповідно до цих критеріїв.

**Таблиця 1 – Критерії оцінки та надбавки за профмайстерність**

<b>Критерії оцінки профмайстерності</b>	<b>Розмір надбавки у відсотках до тарифної ставки</b>
Обслуговування важливих ділянок виробництва (для працівників з почасовою оплатою праці)	10
Виконання особливо важких робіт (для працівників з відрядною оплатою праці)	10
Наявність високої кваліфікації або розряду робіт	5
Багатостанкове обслуговування	5
Освоєння суміжних професій	5

Дана надбавка посилить матеріальну зацікавленість робітників у підвищенні своєї професійної підготовки, у виконанні робіт на більш складному рівні і більш якісно, стане мотивом для проходження працівником навчання, підготовки і перепідготовки, курсів підвищення кваліфікації, що негайно позначиться на результатах роботи підприємства в цілому і якості виробленої продукції.

Пропонуємо на підприємстві проводити депреміювання (табл. 2), де передбачено перелік порушень, за які допустили їх працівники позбавляються премії повністю або частково.

Таким чином, заходи дисциплінарного впливу, а також санкції у вигляді зниження окладу за невиконання посадових обов'язків при чіткому їх дотриманні можуть бути дуже ефективними. На наш погляд для того щоб працівники сприймали матеріальне стимулювання, як справедливую систему необхідно виконувати наступні заходи:

- виявляти фактори, що знижують задоволеність працівників системою стимулювання праці і практикою надання тих або інших пільг, які діють в організації, і прийняття, у разі потреби корекційних заходів;
- краще інформувати працівників про розмір заохочень, і за що вони даються;

– відстежувати ситуацію на ринку праці щодо рівня оплати тих професійних груп, з якими можуть порівнювати себе працівники, і вносити своєчасні зміни у систему оплати їхньої праці;

– виявляти вході особистих контактів з підлеглими можливої несправедливості в оплаті працівників, присудженні премій і розподілі інших заохочень для наступного відновлення справедливості.

Застосування даних заходів на ПАТ «Полтавський авто-агрегатний завод» дасть можливість ефективно запроваджувати систему матеріального стимулювання та отримувати прибуток для підприємства.

**Таблиця 2 – Види депреміювання**

Структурний підрозділ	Можливі порушення	Розмір депреміювання
Усі працівники	1. Несвоєчасне, неякісне виконання або невиконання виробничих завдань, наказів розпоряджень, приписів керівництва товариства, вищестоящих і інспектуючих організацій	50 %
	2. Порушення правил техніки безпеки, правил технічної експлуатації, правил пожежної безпеки, правил дорожнього руху, виробничих інструкцій	3–15 %
	3. Нанесення матеріального збитку суспільству з вини персоналу	7–9 %
	4. Несвоєчасне надання і неякісне оформлення всіх видів звітності та документації	1–5 %
	5. Порушення правил внутрішнього трудового розпорядку	2 %
Працівникам бухгалтерії відділу продажів	1. Порушення фінансової дисципліни	100 %
	2. Несвоєчасне проведення розрахунків за договорами	3–6 %
Працівникам відділу матеріально-технічного постачання	1. Невиконання купівлі матеріально-технічних ресурсів згідно з договорами	5–7 %
	2. Наявність дорожньо-транспортних пригод з вини працівника	100 %

Структурний підрозділ	Можливі порушення	Розмір депреміювання
Працівникам виробничого відділу, цехів	1. Недодержання стандартів якості продукції	2–30 %
Працівникам цехів, служби головного механіка	1. Нанесення шкоди навколишньому середовищу	7 %
	2. Невиконання графіка ремонтних, профілактичних, експлуатаційних робіт, перевищення норм простою обладнання	5–20 %
	3. Наявність повторних ремонтів з вини співробітника	10 %

### УПРАВЛІННЯ КАР'ЄРОЮ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**О. С. Рекман, УПЕП-41**

**В. В. Нестефоренко, асистент – науковий керівник**

Темпи змін ціннісно-мотиваційних орієнтацій суспільства взагалі, і персоналу підприємства зокрема, істотно випереджають темп адекватних змін у технології управління, що створює певний розрив між уявленнями про кар'єру, спонукальними причинами кар'єрного зростання і способами управління нею на підприємстві.

Враховуючи важливість кар'єри як для підприємства, так і для індивіда, питанням її розвитку присвячено низку досліджень. Але значна частина з них присвячена визначенню змісту кар'єри, її видів, типів, етапів розвитку на підприємстві і не вивчає сучасні уявлення персоналу про кар'єру, спонукальні причини кар'єрних устремлінь та їх узгодженість із методами управління кар'єрою на вітчизняних підприємствах.

Необхідність теоретичного обґрунтування організації управління кар'єрою на підприємстві, що базується на балансі кар'єрних потреб, мотивів і цілей індивіда, з інтересами підприємства та розробки практичних рекомендацій з питань управління

кар'єрою зумовили актуальність дослідження, його мету й задачі.

Інтерес до організації управління кар'єрою на підприємстві в умовах ринкових відносин має два джерела – індивідуальне й управлінське. Перше пов'язане з актуалізацією потреби людини у забезпеченні власної безпеки та благополуччя в умовах стохастичного середовища, друге – зі зростанням значення повного використання обмежених ресурсів, у тому числі кадрового й інтелектуального потенціалу працівників. Тому в роботі категорія «кар'єра» вивчалася з точки зору двох підходів до визначення її сутності – індивідуального й організаційного, з позицій яких аналізувався цей складний соціально-економічний феномен. Правильність такої методики та її наукова ефективність визначається багатогранністю і міждисциплінарністю зазначеної категорії й описуваних нею відносин між об'єктом і суб'єктом, значеннєвим контекстом дослідження, що дозволяє під різними кутами зору розглянути різноманітні сторони й особливості розвитку кар'єри. Цей підхід, аналіз генезису і подальшого розвитку кар'єри, критичне вивчення наукових праць з питання кар'єри у різних галузях знань дозволили зробити висновок про необхідність погляду на кар'єру, як на узгодження потреб, мотивів, інтересів і життєвих цілей індивіда з організаційною (соціальною) еволюцією. Запропоноване трактування, на відміну від попередніх, дозволяє врахувати всі напрямки кар'єрного зростання (вертикальний, горизонтальний, доцентровий) і розкриває зміст кар'єри як об'єкта управління.

Отже, об'єктом управління при організації управління кар'єрою на підприємстві є виявлення потреб, мотивів, інтересів і життєвих цілей індивіда, які є підґрунтям побудови кар'єри, і вплив на них з метою організації розвитку кар'єри відповідно до інтересів підприємства. Тому в роботі сукупність спонукальних причин, що змушують людину діяти і поводити себе певним чином для досягнення кар'єрних цілей, була визначена як мотиваційне «ядро» кар'єрних устремлінь, яке формується під впливом індивідуальних потреб і цілей життя та впливає на задоволеність (чи незадоволеність) кар'єрою і роботою на підприємстві.

Узагальнення всіх відомих теорій мотивації дозволило припустити, що задоволеність чи незадоволеність кар'єрою та

роботою на підприємстві визначається сукупною дією чотирьох основних мотиваційних блоків: сприйняттям і оцінкою змісту роботи; стосунками між працівниками у процесі кар'єрної реалізації; величиною матеріальної винагороди; доцільністю кар'єрних зусиль і виробничої діяльності. Впливаючи на той чи інший мотиваційний блок, підприємство може коректувати ставлення персоналу до кар'єри та роботи. При задовільній кар'єрній мотивації працівники виконують той мінімум, що прийнятний для керівництва. На рівні відмінної кар'єрної мотивації робота на підприємстві стає частиною життя і дозволяє людині задовольнити повний спектр кар'єрних потреб, що покращує її ставлення до підприємства. Якщо в першому випадку формується незадоволеність кар'єрою та роботою на підприємстві, то в другому – навпаки.

У теорії та практиці відомі різні методи і форми управління кар'єрою. Особливий інтерес, з цього погляду, представляє зарубіжний досвід, оскільки на вітчизняних підприємствах управління кар'єрою як видом діяльності почало формуватися тільки із середини 90-х років XX століття. Вивчення теоретичних і практичних надбань фахівців інших країн дозволило відокремити найбільш цікаві форми управління кар'єрою з погляду їхнього застосування на вітчизняних підприємствах, а саме: гармонія і погодженість інтересів (японський досвід); безособова конкуренція (американський); концепція самостійного вибору кар'єри (британський); формальне і неформальне консультування (канадський). Для поєднання у практичній роботі вітчизняних підприємств названих вище методів управління кар'єрою доцільно вивчити особливості й умови розвитку кар'єри на вітчизняних підприємствах і чинники, що впливають на цей процес.

### **Список використаних джерел**

1. Никифорова В. Г. Управління персоналом : навч. посіб. / В. Г. Никифорова. – Одеса : Атлант, 2013. – 275 с.
2. Савельєва В. С. Управління діловою кар'єрою : навч. посіб. / В. С. Савельєва, О. Л. Єсєков. – Київ : Центр учбової л-и, 2007. – 176 с.
3. Федулова Л. І. Менеджмент організацій : навч. посіб. / Л. І. Федулова. – Київ : Либідь, 2004. – 448 с.

## **СЕКЦІЯ 14. СТАТИСТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

---

### **ЕКОНОМІКО-СТАТИСТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ СТРУКТУРИ НАЙВАЖЛИВІШИХ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ СНР**

**К. І. Пахомова, МЕ-21**

**Ю. Ф. Строчихін, к. е. н., доцент – науковий керівник**

Одним із завдань статистики є вивчення структури сукупності за різними ознаками і структурних зрушень, що відбуваються всередині сукупності. Головним завданням нашого дослідження був розрахунок показників структури валового внутрішнього продукту (ВВП), обчисленого розподільчим методом, із подальшим порівнянням цієї структури за різні роки й між різними країнами.

У роботі порівнювалася структура ВВП двох країн – України та Російської Федерації (2014 р. по відношенню до 2004 р.). Нами було взято 10-річний лаг, тому що зміни в структурі показника найбільш чітко видно в тому випадку, коли порівнюються роки зі значним розривом у часі. Використання суміжних років (наприклад, 2014 р. по відношенню до 2013 р.) призвело б до малопомітності змін у структурі.

З метою порівняння структури ВВП ми застосовували наступні показники: лінійний і квадратичний коефіцієнти абсолютних структурних зрушень, лінійний і квадратичний коефіцієнти відносних структурних зрушень; додатково були використані коефіцієнти (індекси) Гатєва, Салаї, Рябцева.

Розрахувавши питому вагу окремих елементів ВВП (оплати праці найманих працівників, чистих податків на виробництво та імпорт, чистого прибутку/чистих змішаних доходів, споживання основного капіталу) за два роки, ми переконалися, що структура ВВП змінилася в обох країнах. Були помітні як загальні, так і відмінні тенденції в зміні структури.

На основі виконаних розрахунків можна зробити певні висновки.

1. Частка оплати праці найманих працівників зросла як в Україні, так і в Росії; проте в Україні частка цього елемента

залишилася нижчою за 50 % (48,8 % в 2014 р.), в той час як в Росії вона перевищила 50 % (склала 52 %).

2. Частка чистих податків на виробництво та імпорт зросла в Україні при її зниженні в Росії (в 2014 р. склала відповідно 12,2 % і 15,6 %); таким чином можна стверджувати, що податкове навантаження на економіку зросло в Україні й знизилося в Росії; при цьому податкове навантаження в Росії залишається вищим.

3. Частка чистого прибутку/чистих змішаних доходів знизилася як в Україні, так і в Росії (в 2014 р. склала відповідно 28,8 % і 28,0 %); показники близькі за числовою величиною, проте їх динаміка свідчить про обмеження можливості бізнесу (юридичних осіб та самозайнятих) з розширення своєї діяльності.

4. Частка споживання основного капіталу (СОК) знизилася як в Україні, так і в Росії; оскільки СОК формується за рахунок амортизаційних відрахувань, то це слід оцінити негативно, тому що виявлена тенденція обмежує можливості амортизаційного фонду як джерела інвестицій в основний капітал; при цьому частка СОК в Росії майже в два рази нижча від аналогічної частки в Україні.

5. Обчислені показники абсолютних і відносних структурних зрушень однозначно свідчать про те, що зміни в структурі ВВП Росії динамічніші та істотніші, ніж в структурі ВВП України (коефіцієнти і індекси, розраховані за російськими даними, перевищують коефіцієнти, розраховані за даними Держстату України).

### **Список використаних джерел**

1. Региональная статистика : учебник / под ред. Е. В. Заровой, Г. И. Чудилина. – Москва : Финансы и статистика, 2006. – 624 с.

## **ВИВЧЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА УКРАЇНСЬКОМУ СПОЖИВЧОМУ РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ**

**Є. А. Горяінова, М-21**

**Л. І. Вишневецька, доцент кафедри – науковий керівник**

В умовах кризи знижується купівельна спроможність населення та купівельна активність на багатьох споживчих ринках. До таких ринків відноситься і ринок кондитерських виробів.



Про це свідчать показники статистичного щорічника України за останні три роки. Так, загальний товарооборот з кондитерських виробів (включаючи морозиво) у 2014 році становив – 14,5 млрд грн і в діючих цінах зріс порівняно з оборотом 2012 року на 3,7 %. Проте індекс цін на кондитерські вироби за 2014 рік становить 106,3 %, тому фізичний обсяг товарообороту складає лише 13,8 млрд грн. Очевидне зниження фізичного обсягу товарообороту з продажу кондитерських на 2,5 % (індекс фізичного обсягу – 96,5 %). Таке скорочення фізичного обсягу товарообороту на ринку кондитерських виробів приблизно підтверджується і темпами зростання продажу даної товарної групи, обчисленими за загальною кількістю, вираженою в тисячах тонн. За даними Статистичного щорічника України за 2014 рік у 2013 році населенню було продано 355 тис. тонн різних кондитерських виробів, а за 2014 рік ця кількість скоротилася на 14 тис. тонн і становила 96,1 % від продажу минулого року.

Значне зростання цін на всі споживчі товари і послуги почалося в кінці 2014 року і продовжувалося в 2015 році. Повних річних даних за 2015 рік, нажаль, ще немає, тому ми порівняли показники за 9 місяців 2014 та 2015 років. Нами проведено індексний аналіз товарообороту з продажу кондитерських у розрізі борошнистих і цукрових (включаючи морозиво), який показав, що ціни на борошністі кондитерські вироби за 9 місяців 2015 року збільшилися на 43,5 %, а фізичний обсяг продажу становить 88,4 % від обсягів 9 місяців попереднього року. Подорожчання цукрових кондитерських більш значне, індекс цін за ними становить – 153,3 %, а зменшення фізичного обсягу товарообороту сягає 18,8 %.

В середньому за 9 місяців 2015 року ціни на всі кондитерські зросли на 49,5 %, а індекс фізичного обсягу становить – 83,8 %.

Порівнюючи загальний індекс споживчих цін по Україні за 2014 рік та індекс цін на кондитерську групу, можна віднести ринок кондитерських виробів до слабких ринків, на яких попит знижується швидше, ніж на деяких інших, що і не дозволяє значною мірою підвищувати ціни.

У 2014 році індекс цін на кондитерську групу становив 106,3 %, а загальний індекс споживчих цін по Україні – 112,1 %. Коефіцієнт відносної сили кондитерського ринку менше 1 і становить – 0,948.

Викладені вище проблеми створюють труднощі зі збутом продукції як для виробників, так і для продавців, що працюють на цьому ринку.

Для глибшого дослідження українського ринку кондитерських виробів нами була проаналізована мультиплікативна модель, що ілюструє вплив на товарооборот факторів, пов'язаних з купівельною спроможністю та купівельною активністю населення, зміною частки кондитерської групи в загальному споживчому ринку та рівнем інфляції

За 2014 рік число жителів України зменшилося на 2,5 млн осіб, що привело до зменшення продажу кондитерських виробів на 775,7 млн грн.

Через зменшення рівня річних наявних реальних доходів на душу населення на 2,01 тис. грн, а отже зниження купівельної спроможності середньостатистичного українця, попит на кондитерські вироби скоротився на 1 007,7 млн грн.

За рахунок підвищення коефіцієнта купівельної активності населення у 2014 році на 1,17 відсоткових пункти, товарооборот з продажу кондитерських виробів збільшився на 406,7 млн грн.

Через збільшення на 0,08 відсоткових пункти частки кондитерських виробів в загальному споживчому ринку, відбулося також підвищення товарообороту з кондитерських виробів на 309 млн грн.

Інфляційне збільшення товарообороту по кондитерській групі за 2014 рік складало в сумі 1 586,4 млн грн.

Потрібно зауважити, що ми проводили дослідження на основі даних 2014 року, а в 2015 році виявлені тенденції на ринку продовжували загострюватися.

Для одержання додаткової маркетингової інформації, нами було проведено анкетне опитування 60 споживачів на регіональному ринку Полтавської, Харківської, Дніпропетровської та Львівської областей.

За результатами опитування з ймовірністю помилки не більше 5 % можна твердити, що серед всіх споживачів на досліджуваному регіональному ринку від 19 % до 43 % осіб купують кондитерські вироби не рідше 1 разу на тиждень, але близько 16 % опитаних практично ніколи не купують кондитерських виробів.

Як виявилось, серед споживачів досліджуваного регіонального ринку найбільш популярною (90 % опитаних) є торговель-

на марка «Roshen», на другому місці знаходиться марка «АВК», яку назвали 73 % опитаних.

Стимулом у розширенні споживання кондитерських виробів для більшості споживачів є зниження ціни. З імовірністю помилки не більше 5 % можна твердити, що серед всіх споживачів досліджуваного ринку від 65,6 % до 87,6 % людей відчутно збільшили б споживання кондитерських виробів, якби на них знизилися ціни.

Також, із результатів проведено опитування слідує, що серед всіх споживачів досліджуваного регіонального ринку більшість віддають перевагу вітчизняним кондитерським виробам.

При цьому з імовірністю помилки не більше 5 % можна твердити, що від 82,3 % до 97,7 % усіх споживачів витрачають на кондитерські вироби від 50 до 100 грн на місяць, понад 100 грн витрачає лише 10 % опитаних.

За даними анкетного опитування нами досліджена ефективність деяких рекламних кампаній на ринку кондитерських виробів. Для цього, наприклад, було використано таблицю взаємозалежності, одержану в результаті комбінаційного розподілу опитаних за двома ознаками: фактом знайомства з рекламою та фактом придбання тортів фірми «Roshen». Ми отримали коефіцієнт контингенції, який свідчить про дуже слабкий зв'язок між даними ознаками. За обчисленим критерієм  $\chi^2$  цей слабкий зв'язок можна визнати не істотним.

Таким чином, за нашими обчисленнями, реклама мало впливає на рішення покупця придбати дорогий торт. Більшість опитаних відповіли, що придбавають торти один або два рази на рік на дуже великі сімейні свята.

Отже, на основі всього вище сказаного, можна зробити певні висновки щодо перспектив розвитку українського ринку кондитерських виробів.

Наше дослідження свідчить що продаж кондитерських виробів скорочується, і надалі буде скорочуватися, за рахунок зменшення числа жителів в Україні та зниження купівельної спроможності населення.

За даними 2014 року попит на ринку є ще досить низько еластичним. Підвищення ціни кондитерських на 1 % викликало зменшення їх продажу на 0,2 %. Проте, значне зростання цін на основні складові споживчого кошика у 2015 році продовжує зменшувати купівельну спроможність населення і сильно зни-

жує його купівельну активність, і на ринку кондитерських виробів також. За даними 9 місяців 2015 року коефіцієнт цінової еластичності попиту на кондитерські вироби зростає, і підвищення цін на 1 % викликає зменшення попиту вже на 0,33 %.

Враховуючи результати проведеного анкетного опитування ми вважаємо, що подальший розвиток кондитерського ринку буде відбуватися за рахунок розширення недорогих борошністих виробів вітчизняного виробництва при одночасному відчутному скороченні продажу дорогих шоколадних виробів і тортів.

## **СТАТИСТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ПРИБУТОК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Т. В. Донченко, Ф-21**

**А. С. Степанюк, асистент** – науковий керівник

Прибуток є однією з найважливіших цілей діяльності підприємств будь-якої сфери, у тому числі сільськогосподарських. Досягнення позитивного фінансового результату – прибутку – відображає ефективність господарювання, використання ресурсів, інвестицій.

Статистичне дослідження впливу факторів на прибуток сільськогосподарського підприємства було проведене на матеріалах статистичної і фінансової звітності Агрофірми, яка знаходиться у Новосанжарському районі Полтавської області. Основний вид її економічної діяльності – вирощування зернових та технічних культур.

Середня облікова чисельність працівників підприємства у 2014 році становила 560 осіб. Середня заробітна плата – 3 666 грн за місяць. У 2014 році найбільшу частку у повній собівартості реалізованої продукції Агрофірми займала кукурудза (66,8 %), далі пшениця озима (18 %), сояшник (12,2 %), по 0,5 % займали ячмінь ярий та інша продукція рослинництва.

Підприємство працює прибутково. У 2014 році було одержано 138 429 тис. грн чистого прибутку, що у 12,5 разів більше, ніж у попередньому році.

В абсолютному вираженні найбільший позитивний фінансовий результат – прибуток – підприємство отримало від реалізації кукурудзи, значну суму прибутку йому також дає пшениця озима, прибутковими є сояшник і ячмінь ярий. Негативних

фінансових результатів – збитку – підприємство зазнало від вирощування іншої продукції рослинництва і надання послуг. Найбільш рентабельною продукцією є пшениця озима (38,74 %), соняшник (31,92 %) і кукурудза (17,55 %), ячмінь ярий низькорентабельний, лише 5,39 %. Збитковість від надання послуг для підприємства становила 15,44 %, від вирощування іншої продукції рослинництва – 13,6 %.

Одним із важливих завдань наукового дослідження було з'ясувати, за рахунок яких показників і яких видів діяльності досягнуте значне зростання кінцевого фінансового результату.

Протягом аналізованого періоду собівартість реалізованої продукції зменшилась на 38 584 тис. грн, що у відсотках склало 23,4 %. Підприємство у 2014 році суттєво зекономило свої виробничі витрати. Темп зростання собівартості набагато нижчий від темпу зростання чистого доходу, і тому спостерігалось значне зростання валового прибутку – у 2,5 рази. У 2014 році порівняно з 2013 роком інші операційні доходи зросли в 4,7 рази, у той час як адміністративні витрати залишились приблизно на рівні попереднього року, витрати на збут знизились на 33,3 %, проте помітне збільшення інших операційних витрат на 38,1 %. За рахунок зазначених змін прибуток від операційної діяльності зріс у 15,5 разів.

За даними форми № 2 «Звіт про фінансові результати» визначення кінцевого фінансового результату – чистого прибутку або збитку – по суті є адитивною залежністю, тобто такою, в якій фактори пов'язані як алгебраїчна сума: «+» і «-». Справді, чистий прибуток ми визначаємо, відштовхуючись від показника чистого доходу (виручки) від реалізації продукції, від якої віднімаємо собівартість, додаємо інші доходи, віднімаємо інші витрати. Зрозуміло, що абсолютна зміна чистого прибутку дорівнює сумі абсолютних змін всіх показників у взаємозв'язку, враховуючи знак кожного із них у взаємозалежності.

У 2014 році порівняно з 2013 роком чистий прибуток Агрофірми збільшився на 127 411 тис. грн. Позитивними факторами впливу на дану зміну фінансового результату були: зменшення собівартості реалізованої продукції, збільшення інших операційних доходів, скорочення витрат на збут, збільшення інших фінансових доходів, зменшення інших витрат. Негативними факторами у зміні чистого прибутку виступали: зменшення чистого доходу, збільшення адміністративних та інших операційних витрат, фінансових витрат.

Було проаналізовано вплив факторів на прибуток за допомогою мультиплікативної залежності, представлені у формулах 1–2.

$$\Pi = T \frac{Q}{T} \cdot \frac{\Pi}{Q}, \quad (1)$$

$$\Pi = TWR, \quad (2)$$

де  $\Pi$  – валовий прибуток, тис. грн;  
 $T$  – чисельність працівників, осіб;  
 $Q$  – обсяг реалізованої продукції, тис. грн;  
 $W$  – продуктивність праці, тис. грн;  
 $R$  – рентабельність реалізації, %.

Розрахунок впливу факторів було проведено методом абсолютних різниць, за результатами чого можна зробити наступні висновки. У 2014 році порівняно з 2013 роком валовий прибуток Агрофірми збільшився на 33 327 тис. грн. У тому числі: під впливом скорочення чисельності працівників на 4 особи валовий прибуток зменшився 158,322 тис. грн; зниження продуктивності праці на 7,105 тис. грн призвело до зменшення валового прибутку у сумі 474,273 тис. грн; підвищення рентабельності реалізації на 18,76 відсоткових пунктів мало наслідком збільшення валового прибутку на 34 137,527 тис. грн.

Як бачимо, трудові ресурси не є фактором зростання прибутку на даному підприємстві. Агрофірма збільшує фінансовий результат за рахунок підвищення рентабельності та оптимізації операційних витрат.

## **СЕКЦІЯ 15. ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ**

---

### **СТВОРЕННЯ АНІМАЦІЙНИХ ЗОБРАЖЕНЬ**

**Я. Гордієнко, ЕК-12і**

**Є. М. Ємець, к. ф.-м. н., професор – науковий керівник**

Тривимірна графіка – розділ комп'ютерної графіки, що охоплює алгоритми і програмне забезпечення для оперування об'єк-

тами в тривимірному просторі, а також результат роботи таких програм. Тривимірна графіка є результатом зусиль сотень фахівців, які в далекі роки працювали і вірили в те, що майбутнє визначатимуть комп'ютерні технології та 3D зокрема.

Одним з батьків комп'ютерної графіки фахівці називають Івана Сазерленда, який, будучи аспірантом, написав програму Sketchpad, яка дозволяла створювати прості тривимірні об'єкти. Після захисту дисертації на тему «Наука комп'ютерної графіки» Іван Сазерленд і доктор Девід Еванс відкривають в університеті міста Юти першу кафедру комп'ютерної графіки. Молоді та амбіційні друзі-колеги ставлять перед собою благородну мету – залучення талановитих вчених-ентузіастів для розробки перспективної галузі високих технологій.

Середі студентів виявився і Ед Катмулл, нині технічний директор корпорації Pixar. Саме Ед Катмулл вперше змодельював об'єкт. Як предмет для моделювання виступила кисть його власної руки. Також студентом Івана Сазерленда був і Джим Блінн, творець bump mapping і environment mapping, перших комп'ютерних анімацій для NASA і, звичайно ж, знаменитого матеріалу blinn.

Іван Сазерленд з великою повагою ставиться до свого учня, і в одному з інтерв'ю прославлений вчений зауважив: «У світі існує не більше дюжини справжніх творців комп'ютерної графіки і Джим – це рівно половина від загального числа».

У 1969 році Сазерленд і Еванс відкрили першу компанію, яка займалася виробництвом комп'ютерної графіки, назвали просто – «Evans & Sutherland».

Спочатку комп'ютерна графіка та анімація використовувалася переважно в рекламі і на телебаченні. Наприклад, комп'ютерної компанії MAGI належить заслуга у створенні першої в історії комерційної комп'ютерної анімації: логотип IBM на одному з моніторів в офісі компанії з'явився на початку 70-х років.

Компанія Mathematics Application Group, Inc була відкрита в 1966 році групою вчених-фізиків, які збиралися вивчати радіаційне поле. Пізніше їх програмне рішення Synthavision, з самого початку орієнтоване саме для вивчення радіаційних променів, було адаптовано і застосовано в області рендеринга, як фундаментальної системи для технології ray-tracer. Саме MAGI розробила метод «трасування променів» («ray-tracing»), суть якого

полягає у відстеженні зворотного ходу що потрапляє в камеру променю, прокладеного від кожного елемента зображення. Цим методом добре прораховуються відображення, тіні, відблиски, геометричні об'єкти тощо.

Серед численних співробітників компанії згадки заслуговують Євген Трубецькой і Карл Людвіг – вони внесли найбільший вклад в розробку технології ray-tracer.

Відзначимо також систему моделювання, розроблену компанією MAGI. Система моделювання була процедурної – моделі створювалися шляхом комбінування 25 геометричних фігур, що були в бібліотеці програми. З найпростіших фігур, на кшталт піраміди, сфери і циліндра створювалися більш складні, які згодом ставали основою для кінцевої 3D-моделі. Програма Synthavision розроблялася протягом п'яти років і була використана при створенні знаменитого кіношедеври «Трон» (1982).

Сьогоднішній ринок 3D пакетів відрізняється великою різноманітністю. Ціни на софт впали в десятки разів, тому ліцензійне програмне рішення можуть дозволити собі багато користувачів.

Одним з перших комплексних пакетів для моделювання і рендеринга був Lightwave 3D, випущений в 1990 році для комп'ютерів серії Amiga. Фахівці компанії з'єднали два програмних пакета: Aegis Modeler (моделювання) і Videoscape (рендеринг і анімація). Спочатку Lightwave 3D був додатком програмного комплексу Video Toaster. Повноцінна і незалежна версія була випущена в 1994 році.

### Середовище створення анімаційних зображень

**3D Flash Animator** – програма дозволяє створювати тривимірні Flash ролики та 3D моделі.

**Babarosa Gif Animator** – за твердженням творців програми Ви зможете створити професійно анімований GIF за 3 хвилини. Анімація може бути зібрана з імпортованих зображень (підтримується 13 форматів), або створюватися безпосередньо в програмі.

**BEATWARE EZ-MOTION** – програма для створення анімації для Internet. Незважаючи на те що програма розрахована на недосвідчених користувачів, але має безліч функцій для роботи з 2D та 3D. Розуміє безліч форматів.

**CoffeeCup GIF Animator** – створення анімаційних GIF файлів на вашу сторінку. CoffeeCup GIF Animator уміє переводити



bmp й jpg в GIF, а також експортувати й імпортувати AVI файли. Ви також зможете зберігати анімацію у форматі Flash (\*.swf).

**Jasc Animation Shop** – використовується для створення анімаційних GIF для Web. Одержувані зображення відрізняються компактністю розміру й найвищою якістю. Саме середовище розробки є легким в засвоєнні й розумінні основних принципів.

**AD Video Processor** – програма дозволяє перетворювати відео-файли (AVI) в анімовані GIF, а також істи можливість записувати окремі кадри AVI-файлу у формат BMP.

**Abrosoft Fantamorph Pro** – дуже гарна, потужна програма для створення ефекту морфінга (плавного «перетікання» одного зображення в інше). Проста у використанні, як вихідні зображення можуть використатися BMP, JPEG, TIFF, PNG, GIF, TGA, PCX файли, а експортувати готові роботи можна у вигляді AVI-файлів, анімованих GIFів, Flash-роликів, скрінсейверів.

**Animate Me!** – створює анімацію в GIF й AVI форматах на основі набору ефектів, (таких, що як рухаються об'єкти, частки, текст що біжить, хвилю, струс, появу, вибух).

**Animation Workshop** – програма дозволяє з надзвичайною легкістю створювати анімовані банери, кнопки й іншу мультиплікацію з ваших графічних елементів і текстових блоків. Відмінною рисою є можливість редагування текстового змісту ваших роликів навіть після їхнього створення. Готові роботи можна експортувати у формати GIF, MNG, AVI, MOV й SWF (Macromedia Flash).

**GIF Construction Set Pro** – потужний редактор анімованих GIF-файлів. Включає зручний майстер для швидкого створення мультиплікації, дозволяє оптимізувати створені файли. Безліч спецефектів.

**Platypus Animator** – використовується для створення AVI-роликів на основі попередньо підготовлених у якому-небудь графічному пакеті зображення-кадрів (BMP, DIB, GIF, TIF, TGA, JPG, PCX, RLE). Можливе доповнення ролика музичними фрагментами.

**Visual GIF Animator** – програма для створення AVI й анімаційних GIF файлів, дуже функціонально багата. Заснована на тому, що анімація створюється за допомогою безлічі вбудованих ефектів, а не покадрово.

## Список використаних джерел

1. Джон Корриган. Компьютерная графика. Секреты и решения : [пер. с англ.] / Джон Корриган. – Москва : Энтроп, 1995. – 350 с.
2. Иванов В. П. Трехмерная компьютерная графика / Иванов В. П., Батраков А. С. ; под ред. Г. М. Полищука. – Москва : Радио и связь, 1995. – 224 с.
3. Комп'ютерна анімація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>. – Назва з екрана.

## СИСТЕМИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

**М. А. Царьова, ЕК-21**

**Г. В. Карнаухова, ст. викладач – науковий керівник**

Кібернетика виникла на стику багатьох сфер знання: математики, логіки, семіотики, біології і соціології. Вже зараз існують машини і програми, здатні в процесі роботи само-навчатися, тобто підвищувати ефективність пристосування до зовнішніх факторів.

*Штучний інтелект* – здатність прикладного процесу виявляти властивості, асоційовані з розумною поведінкою людини.

Системи штучного інтелекту тестують з допомогою тесту Тюрінга, згідно якого вважають, що деякий пристрій, створений людиною, являє собою штучний інтелект, якщо, ведучи з ним досить довгий діалог по більш-менш широкому колу питань, людина не зможе розрізнити, розмовляє вона з розумною живою істотою чи з автоматичним пристроєм. Якщо врахувати можливість розробки програм, спеціально розрахованих на введення в оману людини, то, можливо, варто говорити не просто про людину, а про спеціально підготовленого експерта.

Система штучного інтелекту використовує знання, а не дані (що використовується в робототехніці та інтелектуальних комп'ютерних іграх); вміє розпізнавати образи і зміст мови.

Для створення даних систем використовують не тільки логічні і математичні, а евристичні й адаптивні алгоритми (вирішення задачі штучним інтелектом творчо, практичність цього методу полягає в радикальному зменшенні варіантів, необхідних при використанні методу проб і помилок. Правда, завжди існує ймовірність пропустити найкраще рішення, так що говорять, що цей метод пропонує рішення з деякою ймовірністю правильності), еволюційний (що розумна поведінка передбачає поєд-

нання здатності передбачати стан зовнішнього середовища з умінням підібрати реакцію на кожне передбачення, котрі найбільш ефективно веде до мети. Це вивільняє час для проблеми вибору цілей і виявлення параметрів середовища, які варті дослідження), біонічне (безпосереднє моделювання людського мозку (тобто моделювання кожної нервової клітки і зв'язків між ними) з метою створення автоматів, що володіють інтелектом.

Мозок являє собою найскладнішу і лише частково вивчену структуру. Спроби змоделювати роботу головного мозку з'єднанням між собою безлічі процесорів подібно нейронній мережі, показали, що деяке збільшення швидкості потоку оброблюваної інформації йде лише дорівня одного-двох десятків процесорів, а потім починається різкий спад продуктивності. Процесори ніби «губляться», перестають контролювати ситуацію чи проводять велику частину часу в чеканні сусіда) генетичні алгоритми (створення популяції, селекція, мутація, пересічення).

В даному випадку якщо система розвинута, то здатна відповідати на питання складніші за ті, що знає.

Вже зараз можна передбачити застосування штучного інтелекту, – це найбільш необхідно впровадження саме у сфері правоохоронній.

Але варто звернути увагу, що деякі галузі є небезпечними для впровадження. Особливо варто відзначити таку небезпеку в ракетних військах стратегічного призначення, де наслідки помилки можуть мати фатальний характер. Кілька років тому у США почали впроваджувати цілком комп'ютеризовану систему запуску ракет за командами суперкомп'ютера, що обробляє величезні масиви даних, зібраних із усього світу. Однак виявилося, що навіть за умови багаторазового дублювання і повторного огляду, імовірність помилки виявилася б настільки велика, що відсутність контролюючого оператора призвела б до непоправної помилки. Від системи відмовилися.

Вже зараз, попри те, що штучного інтелекту в повній мірі ще не існує, він є причиною багатьох філософських, соціальних та етичних проблем (конфлікт між природною і штучною формами мислячого життя).

З точки зору точних наук неможливість створення пояснюється:

а) неможливістю створення такої системи із-за створення душі і розуму;

б) боязнь перед таким інтелектом (поступитись сильнішому);  
в) нездатність сучасної науки моделювати абстрактне мислення;

г) створення свідомості (щоб створити машину, яка функціонує як мозок, необхідно створити речовину, що володіє властивостями чи подібна до високоорганізованої білкової матерії, яка утворює мозок. Дійсно, така машина буде функціонувати «як мозок», але саме функціонувати, а не мислити. Щоб мислити матерія повинна існувати не тільки в економічній, але й у соціальній формі. А заміна неорганічного вмісту організму цього не дає, більше того, у результаті подібної заміни буде втрачено одне з основних переваг електронної машини – швидкодія. Розуміння свідомості як відображення неминуче означає розуміння його як відповідності, що виникає в ході пристосування організму до середовища. Сучасний італійський дослідник комп'ютерних наук та інтелектуальних систем Джорджіо Бутаццо [Butazzo, 2001] піднімає питання можливості створення штучної свідомості. Він аналізує темпи розвитку технічної бази та робить прогноз на користь можливості виникнення у майбутньому штучної свідомості. У цьому контексті він звертає увагу на перемогу комп'ютерної системи DeepBluey чемпіона Г. Каспарова в шахи);

д) крім того людина є не тільки природна істота, її основні характеристики – продукт соціального, а не чисто біологічного розвитку. Це означає, що мислення людини не може розвиватися в ізоляції, для цього необхідно, щоб людина була включена в суспільство (По-перше, для виникнення мислення необхідна наявність мови. По-друге, з кібернетичної точки зору «розумність» машини визначається кількістю інформації, що переробляється, тому навіть могутня система, що потрапила в інформаційно-бідне середовище, не може стати достатньо «розумною». Яскравий приклад – діти, що виросли поза суспільством, наприклад, у лісі. Для людини необхідною умовою його розвитку було функціонування в суспільстві, тому що суспільство за своїми інформаційними параметрами є надзвичайно багатим середовищем).

Розвиток систем штучного інтелекту за останні десятиліття йде цим шляхом. Однак ступінь просування в даному напрямку у відношенні кожного з зазначених пізнавальних засобів неоднакова й у цілому поки незначна.

**Висновки.** Штучний інтелект – дуже перспективна область досліджень, розвиток якої зумовлений досягненнями в комп'ютерній сфері. Можна вважати, що розповсюдження комп'ютерів та кібернетичних приладів, їх застосування для людських потреб будуть визначати рівень життя в наступному столітті. Висока продуктивність нових технологій значною мірою залежить від використання в них засобів штучного інтелекту.

Характеристика систем штучного інтелекту:

1) наявність у них власної внутрішньої моделі зовнішнього світу; ця модель забезпечує індивідуальність, відносну самостійність системи в оцінці ситуації, можливість семантичної і прагматичної інтерпретації запитів до системи;

2) здатність поповнення наявних знань;

3) здатність до дедуктивного висновку, тобто до генерації інформації, що у явному виді не міститься в системі; ця якість дозволяє системі конструювати інформаційну структуру з новою семантикою і практичною спрямованістю;

4) уміння оперувати в ситуаціях, зв'язаних з різними аспектами нечіткості, включаючи «розуміння» природної мови;

5) здатність до діалогової взаємодії з людиною;

6) здатність до адаптації.

### **Список використаних джерел**

1. Кожем'яко В. П. Наука і технічна творчість в навчальному процесі (від абітурієнта до аспіранта) : навч. посіб. Ч. 2. Основи сучасної бази знань людства / В. П. Кожем'яко, В. В. Дмитрук, Н. В. Белік; Вінниц. нац. техн. ун-т. – Вінниця, 2009. – 215 с.
2. Вступ до штучного інтелекту [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://slog.kpi.ua>. – Назва з екрана.
3. Особливості та проблеми віртуального спілкування за допомогою чат-ботів / Проватар О. І., Ключко Х. А. // Наукові праці ВНТУ ВНТУ, 2013. – С. 11–26.
4. Просто про складне: штучний інтелект [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Режим доступу: <http://slog.kpi.ua>. – Назва з екрана.
5. Стівен Хокінг: штучний інтелект може знищити людство [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: [http://www.bbc.com/ukrainian/science/2014/12/141202\\_hawking\\_artificial\\_intelligence\\_ozh](http://www.bbc.com/ukrainian/science/2014/12/141202_hawking_artificial_intelligence_ozh). – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 16. МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА СОЦІАЛЬНА ІНФОРМАТИКА**

---

### **РОЗРОБКА ПРОГРАМНОЇ ПЛАТФОРМИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ВЕБ-ТРЕНАЖЕРІВ З МАТЕМАТИЧНИХ ДИСЦИПЛІН**

**Д. О. Собко, І-41**

**Т. О. Парфьонова, к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник**

Створено програмну платформу для створення веб-тренажерів. Для реалізації обрана мова програмування JavaScript, яка краще за інші підходить для розробки веб-тренажерів. Для покращення розробки було використано сучасний веб-фреймворк AngularJS, який широко використовується останнім часом розробниками сайтів та веб-додатків. AngularJS призначений для розробки односторінкових додатків. Його цілю є розширення браузерних додатків на основі MVC шаблону, а також спрощене тестування та розробка.

Описано алгоритм навчального тренажеру, який симулює процес навчання викладача зі студентом. На базі розробленого фреймворку реалізовано алгоритм тренажеру. Під час розробки знайдено шлях до створення більш універсальної програмної платформи, яка допоможе значно відійти від процесу програмування та перейти до побудови тренажерів за принципом складання конструктора. Такий підхід використовується в наш час при розробці складних 3D іgr, де процес розробки поділено на 2 частини – програмування та зв'язування об'єктів між собою певними діями.

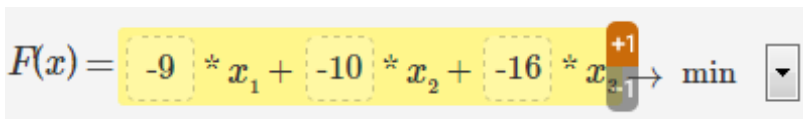
В рамках курсового проекту вдалося реалізувати фреймворк, на базі якого було створено універсальний тренажер по розв'язанню задач лінійного програмування симплекс-методом. Під словом «універсальний» розуміється здатність навчати студента використовуючи будь-який приклад. Таким чином, тренажер стає актуальним на період всього навчання. Студент має можливість крок за кроком розв'язувати приклади з різними числовими даними та кінцевими результатами.

Створений фреймворк містить ряд функцій, які призначені для побудови математичних форм, шляхом розпізнавання спеціально створеної мови розмітки. Реалізована можливість роз-

ширювати мову розмітки, тобто вносити свої власні функції з будь якими іменами в рамках окремо взятого тренажеру. Далі наведено код, який обробляється фреймворком та перетворюється у гарну форму з багатьма функціями.

```
webT.form("firstForm", {
  structure : ["func{F(x)}comparison{c1;LR;=}
<float[number;w;0]*find[x;1]...+|@n=2|@m=8> '-
>'list{fistList;max,min;1}"],
  options : {
    repeat : {
      from : [1], to : [1]
    }
  }
});
```

Далі зображено результат обробки віще вказаного коду. Програмним шляхом створюється цільова функція для задачі лінійного програмування, з можливістю розширення, задавання власних значень та змінювання деяких інших параметрів (див. рис. 1).



$$F(x) = -9 * x_1 + -10 * x_2 + -16 * x_3 \rightarrow \min$$

Рисунок 1 – Побудова цільової функції  
за допомогою фреймворку

Також фреймворк здатній будувати та зв'язувати між собою не тільки форми, а ще таблиці, тести, повідомлення та матриці. Кожен тренажер складається з різних модулів, які містять в собі функції для налаштування та взаємодії з іншими модулями. Кожен модуль легко підключається до тренажера та налаштовується. Наприклад, для того щоб створити тест з декількома варіантами відповідей, розробнику не потрібно програмувати функціонал, досить лише вказати назву тесту, питання, варіанти відповідей та створити не велику функцію, яка буде реалізовувати наступні кроки тренажера, відносно відповіді студента. За таким самим принципом створюються таблиці, матриці, тощо.

Подальша розробка фреймворка здатна суттєво вплинути на розвиток дистанційного навчання, оскільки студенти отримуватимуть не лише теоретичний матеріал, але й практичний. Викладач в свою чергу отримає віртуальних помічників, які за його методикою зможуть навчати студентів, оскільки кожен тренажер можливо побудувати по-своєму.

### **Список використаних джерел**

1. Акулич И. Л. Математическое программирование в примерах и задачах / И. Л. Акулич. – Москва : Высш. шк., 1986. – 319 с.
2. AngularJS – Супер-героический фреймворк для веб-приложений! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://angular.ru>. – Назва з екрана.

### **РОЗРОБКА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ «ROWER»**

***Р. В. Зусь, І-41***

***Д. М. Ольховський, к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник***

Вдалий web-сайт – це ефективний інструмент торгівлі, здатний привернути увагу самої різнобічної аудиторії. Як і будь-який інший маркетинговий інструмент, заснований на принципі безпосереднього відгуку, перш за все він повинен зацікавити відвідувача, а потім спонукати його на певні дії, придбання пропонованого сайтом продукту чи послуги.

Інтернет-магазини мають свої переваги над фізичними магазинами такі як: економія часу при купівлі товару, низькі ціни, безкоштовна доставка, свобода вибору, психологічний комфорт, зручність оплати, анонімність.

Розроблений інтернет-магазин складається з наступних функціональних частин: каталог товарів, пошукова система, корзина, реєстраційна форма, форма відправки замовлення.

Розробляється інтернет-магазин «ROWER» на замовлення ФОП Вахмяніна В. В. в рамках виконання бакалаврської роботи.

Цілі проекту:

1. Створення зручного web-інтерфейсу – системи, яка надають користувачеві повну інформацію про цікавій продукції.

2. Створення зручної системи, яка дає можливість користувачам замовити будь-яку продукцію, не виходячи з дому.

3. Структура web-сайту базується на адміністративній та клієнтській частині.



Поставленні задачі:

- необхідно створити систему реєстрації користувачів з жорсткими вимогами до внесення контактної інформації, по якій до нього можна буде звертатися;
- створення бази даних товарів та реалізація адміністративного модуля управління сайтом, який дозволить адміністратору отримати необмежений доступ до реляційної бази даних і надасть можливість видаляти, редагувати і додавати записи;
- реалізація доставки товарів через поштові служби; область для залишення відгуків користувачів про
- сайт; встановлення пошукових фільтрів, порівняння товару;
- розробка мобільної версії сайту.
- SEO-оптимізація.

Робочий інтерфейс повинен бути орієнтований на самого недосвідченого користувача, який буде дуже простий і зручний у використанні.

### **Список використаних джерел**

1. Клименко Р. А. Веб-мастеринг на 100 % / Р. А. Клименко. – Санкт-Петербург : Питер, 2014. – 512 с.
2. htmlacademy – интерактивные онлайн-курсы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://htmlacademy.ru>. – Назва з екрана.

## **АЛГОРИТМІЗАЦІЯ ТА ПРОГРАМУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ НАВЧАЛЬНОГО ТРЕНАЖЕРА ПОБУДОВИ КОМБІНАТОРНОГО ПЕРЕСТАВНОГО МНОГОГРАННИКА**

**Д. А. Марченко, СІ-51м**

**О. О. Ємець, д. ф.-м. н., професор – науковий керівник**

Основною метою роботи є алгоритмізація та програмна реалізація тренажера з побудови комбінаторного переставного многогранника та закріплення набутих умінь і навичок застосування базових концепцій програмування.

Для досягнення мети було поставлене наступне завдання: розробити програмну реалізацію програми-тренажера по побудові комбінаторного многогранника переставлень із зрозумілим для користувача інтерфейсом.

Тренажер – це програма, яка на прикладі ознайомлює студента з побудовою многогранника переставлень.

Програма-тренажер повинна містити:

- стартову сторінку;
- тести;
- результат проходження тренажера.

Реалізувати такі функції:

- перехід до наступного питання;
- виведення повідомлення про помилку;
- підрахунок результатів проходження тренажера.

Деякі кроки алгоритму роботи тренажера наведені далі.

Крок 1. Якою з двох систем описується переставний многогранник за умови  $g_i \leq g_{i+1}$ ,  $i = 1, \dots, k-1$ ?

Варіанти відповідей:

$$\begin{aligned} 1. \quad & \begin{cases} \sum_{i \in w} x_i \geq \sum_{j=1}^{|w|} g_i \quad \forall w \subset J_k \quad |w| < k \\ \sum_{i=1}^k x_i = \sum_{j=1}^k g_j \end{cases} \\ 2. \quad & \begin{cases} \sum_{i \in w} x_i \sum_{j=1}^{|w|} g_{k-i+1} \quad \forall w \subset J_k \quad |w| < k \\ \sum_{i=1}^k x_i = \sum_{j=1}^k g_j \end{cases} \end{aligned}$$

Якщо відповідь вірна (1), то перехід на наступний крок, інакше – повідомлення про помилку.

Крок 2. Необхідно записати многогранник у першій формі за умови:  $G = \{0, 1, 2\}$ ,  $k = n = 3$ . Які можливості для кількості елементів в множині  $w$ ?

Варіанти відповідей:

1.  $|w| = 0, 1, 2$ ;
2.  $|w| = 1, 2, 3$ ;
3.  $|w| = 1, 2$ .

Якщо відповідь вірна (3), то перехід на наступний крок, інакше – повідомлення про помилку.

Крок 3. Які можливості для  $|w|=1$ ?

Варіанти відповідей:

1.  $\{1\}, \{2\}, \{3\}$ ;
2.  $\{0\}, \{1\}, \{2\}$ ;
3.  $\{0\}, \{1\}$ .

Якщо відповідь вірна (2), то перехід на наступний крок, інакше – повідомлення про помилку.

Крок 4. Розглянувши  $|w|=1$ , які можливості для  $|w|=2$ ?

Варіанти відповідей:

1.  $\{0,1\}, \{0,2\}, \{1,2\}$ ;
2.  $\{1,2\}, \{1,3\}, \{2,3\}$ ;
3.  $\{1,2\}, \{2,3\}, \{3,4\}$ .

Якщо відповідь вірна (2), то перехід на наступний крок, інакше – повідомлення про помилку.

Крок 5. Запишіть нерівності для  $|w|=1$ . Якщо відповідь вірна, то перехід на наступний крок, інакше – повідомлення про помилку.

Крок 6. Запишіть нерівності для  $|w|=2$ . Якщо відповідь вірна, то перехід на наступний крок, інакше – повідомлення про помилку.

Крок 7. Запишіть рівняння для  $|w|=3$ . Якщо відповідь вірна, то перехід на наступний крок, інакше – повідомлення про помилку.

Аналогічні кроки і для симетричної форми комбінаторного переставного многогранника.

В доповіді викладено результати алгоритмізації тренажера для по будови комбінаторного многогранника переставлень.

Розроблена програмна реалізація даного тренажера мовою програмування Java у вигляді Java-аплету.

### Список використаних джерел

1. Стоян Ю. Г. Теорія і методи евклідової комбінаторної оптимізації : монографія / Ю. Г. Стоян, О. О. Ємець. – Київ : ІСДО, 1993. – 188 с. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/487>. – Назва з екрана.
2. Емец О. А. Евклидовы комбинаторные множества и оптимизация на них. Новое в математическом программировании : учеб. пособие / О. А. Емец. – Київ : УМК ВО, 1992. – 92 с. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/489>. – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 17. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ**

---

### **СУТНІСТЬ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ ІВЕНТ-МАРКЕТИНГУ**

*Н. І. Ляшко, МО-41*

*Н. І. Яловега, к. е. н., доцент – науковий керівник*

Івент-маркетинг – це заходи привернення уваги громадськості до діяльності підприємства через представлення його товарів, послуг та ціннісних орієнтацій.

В основі івент-маркетингу завжди перебуває *подія* чи комплекс спеціальних заходів, що організовуються для прощтовхування товарів/послуг. Зазначений синтетичний засіб маркетингових комунікацій має багато спільних рис із заходами паблік рилейшнз, але, на відміну від останнього, є оптимальним способом обміну інформацією з цільовими аудиторіями підприємства, засобом залучення споживачів до культури бренду.

Головною особливістю івент-маркетингу є специфічний вплив на аудиторію, що виражається не прямим заохоченням до придбання товарів/послуг, а встановленням довготривалих відносин з підприємством.

Межі застосування івент-маркетингу визначаються цільовою аудиторією, цілями та завданнями, фінансовими ресурсами, тематичним спрямуванням події та часом її проведення.

Всі заходи івент-маркетингу, в залежності від поставлених цілей, поділяють на три групи:

1. Tradevents – заходи для ділових партнерів, клієнтів, дилерів та дистриб'юторів. Це переважно заходи ділового характеру, що не передбачають розважальних програм. До них відносять конференції, презентації, семінари, форуми, конгреси, самміти, рг-акції, спеціальні заходи на виставках/ярмарках тощо.

Мета організації таких заходів – представлення товару з демонстрацією всіх його переваг та характеристик, презентація нових послуг, обмін досвідом, пошук нових стратегічних партнерів тощо.

Як правило, стандартні промо-заходи цієї групи враховують такі складові:

– залучення промоутерів, що розповсюджують рекламні проспекти, листівки з рекламою товару/послуги;

- організація місця, де безпосередньо проводиться промо-акція, семплінг чи дегустація за участю промо-персоналу;

- обладнання btl-акції спеціальним брендовим обладнанням.

2. Corporate events (HR events) – корпоративні заходи (спільний відпочинок співробітників, ювілеї підприємства, професійні свята).

Корпоративні заходи надають можливість донести ідеї цінностей компанії/підприємства до кожного співробітника, також вони є ефективним інструментом зовнішнього маркетингу, оскільки з'являється можливість запросити важливих клієнтів, партнерів, з метою підвищення лояльності та цінності підприємства у їхньому сприйнятті.

До цієї групи відносять ювілеї підприємства, дні народження співробітників, вечірки, свята тощо. Добре продумана корпоративна культура будь-якого підприємства повинна передбачати організований колективний відпочинок співробітників, оскільки має націленість на підвищення авторитету керівництва, формування корпоративних цінностей.

До цієї групи відносять також заходи family day, teambuilding.

Family day – влаштування для співробітників днів сімейних свят. Такі заходи сприяють згуртованості співробітників підприємства, їх емоційній єдності. Зазначений інструмент також сприяє зменшенню плинності цінних кадрів з підприємства.

Teambuilding (командоутворення) – колективний тренінг із залученням професійного психолога, що моделює бізнес ситуації, які вирішують співробітники підприємства. Це також можуть бути тести на зміцнення довіри, покращення взаєморозуміння у колективі. В рамках подібних ситуацій відпрацьовується практика прийняття складних рішень через організацію комплексу рольових ігор, тренінгів. Важливою особливістю teambuilding є те, що такий діловий тренінг програмується, як одна з форм колективного відпочинку.

3. Specialevents (спеціальні заходи) – фестивалі, концерти, шоу, масові розважальні заходи, заходи для преси, road-show (рекламні тури). В цілому, це комплекс заходів та подій, що позитивно впливають на імідж компанії/підприємства, торговельної марки.

За результатами практичних досліджень українського ринку товарів та послуг працівниками Інституту суспільної думки

України, 62 % експертів вважають, що заходи івент-маркетингу управляють емоційним розвитком торговельної марки, 56 % – що зазначений синтетичний комунікаційний інструмент є найбільш ефективним інструментом прощтовхування бренду.

## СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ

**Д. Г. Керімова, МЕ-31**

**М. М. Іваннікова, ст. викладач – науковий керівник**

В умовах фінансово-економічної кризи роль соціальної відповідальності бізнесу значно підвищується. Сьогодні вітчизняні підприємства закономірно потребують масштабних соціально-економічних перетворень.

Маркетингова діяльність включає в себе безліч аспектів, таких як оцінка потреб і можливостей ринку, розробка цінової та комунікаційної політики, аналіз конкурентів. Одним з ключових моментів маркетингової діяльності є реклама, однак в останні роки цей інструмент не цінової конкуренції придбав такий масштаб, що споживач все менше і менше звертає увагу на розташовані повсюдно рекламні щити і розтяжки. Постає питання: «Чим же керується фірма, що займається соціально-відповідальним маркетингом, бажанням отримати додатковий прибуток або ж все-таки прагненням допомогти суспільству?».

Саме в наш час, соціально-відповідальний маркетинг займає важливу роль в організаційному процесі підприємства. Умови управління диктують все вищі вимоги до українських підприємств. В рамках концепції соціально-відповідального маркетингу, компанія разом з дослідженням потреб потенційних і реальних покупців, виявляє суспільні інтереси і прагне до їх задоволення. Основна ідея концепції – виробництво товарів, що задовольняють наявні потреби, з врахуванням вимог суспільства. Основний інструментарій – складається з дослідження споживача та дослідження соціальних та екологічних наслідків від виробництва і споживання товарів та послуг, що надаються компанією. Основна мета – задоволення потреб цільових ринків, за умови збереження людських, матеріальних, енергетичних та інших ресурсів, охорони довкілля.

До впровадження концепції соціального маркетингу більш схильні компанії, що виробляють споживчі товари та медика-

менти, оскільки вони безпосередньо продають свій товар споживачу.

Наразі з'являються компанії, що надають послуги з розвитку відповідального маркетингу і консультують підприємства з питань ефективного впровадження цієї концепції про поступовий розвиток соціального маркетингу. Слід зазначити, що найбільш популярним в Україні інструментом соціально-відповідального маркетингу, а отже і зовнішньої соціальної відповідальності, залишається спонсорство та благодійність.

Соціально-етичний маркетинг може розглядатися:

- по-перше, як маркетинговий інструмент;
- по-друге, як інструмент внутрішнього PR;
- по-третє, як прояв соціальної громадськості підприємства, його суспільної місії.

За даними більшості західних досліджень, корпорації у своїй благодійній діяльності переслідують не фінансову вигоду, а поліпшення корпоративного іміджу та зростання довіри до компанії.

Така соціально-відповідальна поведінка приносить компаніям наступні вигоди:

1. Зміцнення репутації та іміджу компанії.
2. Підвищення якості управління бізнесом.
3. Підвищення інвестиційної привабливості компанії.

Серед компаній, що впроваджують соціально-відповідальний маркетинг найбільш відомими є «Оболонь», «Київстар», «Альфа-Банк», «Самсунг», «Нафтогаз України».

На прикладі, розглянемо більш детально компанію «Оболонь». Вона є одним із перших підприємств в Україні, що слідуючи європейській практиці, розробили власний гендерний план. Проект реалізовувався за допомоги Європейського Союзу та Міжнародного бюро праці в рамках Проекту «Рівність жінок і чоловіків у світі праці».

Щоб донести до якомога більшого кола людей інформацію про важливість відповідального ставлення до пива, компанія впроваджує добровільну масштабну програму «Споживай відповідально!». У рамках програми використовуються різні канали комунікації для того, щоб охопити найширшу аудиторію споживачів. Зокрема, на всіх етикетках пива ПАТ «Оболонь» розміщується повідомлення про недопустимість вживання пива особами до 18 років, вагітними жінками та водіями, а також

інформація про норми споживання пива. Логотип «Споживай відповідально!» компанія розміщує також у всіх рекламних відеороликах брендів корпорації.

За рахунок проведення спеціальних заходів, за 2011 рік корпорація «Оболонь» досягла значних успіхів у зменшенні впливу на довкілля:

- на 11 % зменшено споживання природного газу на виробництві;
- на 7 % зменшено використання електроенергії;
- на 5 % зменшено викиди пари у атмосферу;
- на 6 % зменшено використання води власного забору;
- на 21 % зменшено питоме утворення відходів на одиницю продукції.

Відповідно до Глобального договору ООН в Україні, котрий є добровільною ініціативою соціально відповідальних компаній, «Оболонь» регулярно надає інформацію з корпоративної соціальної відповідальності у вигляді Соціального звіту. Традиційно, дані Звіту відображають ситуацію по всіх корпоративних підрозділах: віддалених виробництвах, дочірніх підприємствах та підприємствах із корпоративними правами:

#### 1. Освітні проекти.

Корпорація «Оболонь» підтримує Школу мистецтв № 5 м. Києва, де навчаються творчо обдаровані діти. Також корпорація підтримала видання експериментальних шкільних підручників з математики для 1, 2, 3, 4 класів.

#### 2. Програма підтримки вітчизняного кіно.

Надано 250 тис. грн. для презентації та реклами фільму «Богдан-Зиновій Хмельницький». У планах – активно долучатися до кінофестивалів, підтримувати супровід українських фільмів на різних кінофорумах в Україні та за кордоном.

#### 3. Розвиток українського книговидання.

За останні 15 років забезпечено вихід понад 200 підручників, посібників, збірок, каталогів, довідників, художньої, наукової, історичної та дитячої літератури. Особливий акцент робиться на підтримку книг, які сприяють вихованню національної свідомості, українських підручників, історичної літератури.

#### 4. Відбудова історичних та архітектурних пам'яток.

Корпорація «Оболонь» долучається до відбудови історичних та архітектурних пам'яток: центрального музею Т. Г. Шевченка,



церкви Святого Миколи (Притиски) в Києві, храму Покрови Пресвятої Богородиці в Маріуполі, церкви Володимира Великого у м. Вишгород, Святотроїцького кафедрального собору в Луцьку, Палацу Кирила Розумовського в Батурині тощо.

#### 5. Розвиток українського спорту.

Сприяння розвитку дитячого футболу в СДЮШОР «Зміна», де виховуються діти від 7 до 18 років. Підтримка професійного футбольного клубу «Оболонь», який виступає у Першій лізі. Корпорація «Оболонь» збудувала сучасний стадіон «Оболонь Арена» в Оболонському районі м. Києва. Цей футбольний комплекс має змогу приймати ігри найвищого рівня.

Важливо розуміти, що концепція відповідального маркетингу не є тотожною концепції соціального маркетингу, що передбачає поширення маркетингових технологій в сфері організацій громадянського суспільства.

Відповідальний маркетинг є важливою складовою корпоративної соціальної відповідальності. Йдеться мова про відповідальне та етичне ставлення до суспільства в цілому. Це означає діяльність, що оминає гендерні стереотипи, які впливають на чоловіків і жінок і створення реклами, яка відображає ті ж цінності.

Нині в Україні соціально-відповідальний маркетинг є практичним вираженням зовнішньої складової концепції соціальної відповідальності бізнесу.

### Список використаних джерел

1. Відповідальний маркетинг: концепція та принципи [Електронний ресурс] // Жіночий консорціум України. – Режим доступу: [http://wcu-network.org.ua/ua/possessing-equal-rights/article/Vdpovdalnii\\_marketing\\_koncepcja\\_ta\\_principi](http://wcu-network.org.ua/ua/possessing-equal-rights/article/Vdpovdalnii_marketing_koncepcja_ta_principi). – Назва з екрана.
2. Зеленко О. О. Соціально-відповідальний маркетинг як невід’ємна складова соціальної відповідальності бізнесу / О. О. Зеленко // Економічний простір. – 2010. – № 19. – С. 118–123.
3. Орлов П. А. Проблеми підвищення соціальної відповідальності маркетингу та конкурентоспроможності продукції / П. А. Орлов // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 2. – С. 25–31.
4. Соціально-відповідальний маркетинг [Електронний ресурс] // [stud.com.ua](http://stud.com.ua). – Режим доступу: [http://stud.com.ua/48516/marketing/sotsialno\\_vidpovidalniy\\_marketing](http://stud.com.ua/48516/marketing/sotsialno_vidpovidalniy_marketing). – Назва з екрана.

5. Чубала А. Соціальна відповідальність як інструмент побудови іміджу підприємства / А. Чубала. // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 4. – С. 56–60.

## **МАРКЕТИНГ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПРОДУКТУ**

***І. В. Гордієнко, М-31***

***А. М. Захаренко-Селезньова, ст. викладач – науковий керівник***

В наш час бурхливий розвиток інформаційних технологій перетворив інтелектуальну власність в один із найприбутковіших товарів. Цей дуже цінний ресурс може, як магніт, притягувати до себе серйозні інвестиції, як національні так і іноземні, а широке впровадження нових технологій і просування наукових розробок у виробництво дає потужний поштовх розвитку внутрішніх галузей промисловості. Та й сама собою інтелектуальна власність – дуже цінне джерело доходів. Маркетинг інтелектуальної власності – це діяльність, яка стала охоплювати процеси від виникнення ідеї нового товару чи послуги до після продажного їх обслуговування.

В сучасній ринковій економіці об'єкти інтелектуальної власності виступають на ринку як специфічні товари. Тому інтелектуальний продукт виступає, як товар, який вимагає особливого підходу при роботі з ним.

Інтелектуальний продукт – це продукт творчих розумових зусиль, що має змістовне значення для певного інтелектуального підготовленого кола осіб, втілений на матеріальному носії.

При роботі з таким товаром з'являються особливості маркетингової діяльності до яких можна віднести:

- необхідність створення адекватного правового захисту інтелектуального продукту, що оберігає його власника (винахідника, автора) від недобросовісної конкуренції, незаконного копіювання власності;

- наявність правового захисту у вигляді патенту, патентної ліцензії, інших засобів, що створює власникові інтелектуального продукту монопольне положення на ринку протягом тривалого часу (звичайно 15–20 років).

Інтелектуальний продукт може виступати складовою частиною промислової власності, якщо він пов'язаний з інтелектуальною діяльністю у сфері матеріального виробництва і в суміжних з нею областях. У цьому випадку на маркетинговому полі діє

Паризька конвенція про охорону промислової власності, прийнята в 1883 р. Вона охоплює та регулює процеси обміну широкого кола об'єктів інтелектуальної власності: винаходи, товарні знаки, промислові зразки, фірмові найменування і вказівки походження або найменування місця походження.

За сучасною класифікацією існують наступні види інтелектуального продукту:

1. Інтелектуальний продукт в науці та освіті: (наукові досягнення, результати науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, послуги з обробки інформації, освітні послуги, освітні продукти, консультаційні послуги).

2. Інтелектуальний продукт в комерційній діяльності: (винаходи, корисні моделі, промислові зразки, товарні знаки, знаки обслуговування, найменування місць походження, фірмові найменування)

3. Інтелектуальний продукт в мистецтві, кінематографії, ефірному і кабельному мовленні: (літературні твори, драматичні твори, музичні твори, сценарні твори, фонограми, радіо- і телепередачі)

4. Інтелектуальний продукт в сфері промисловості: (відомості комерційного характеру, ноу-хау).

Для аналізу інтелектуального продукту було взято компанію «Apple». Компанія «Apple» на сьогоднішній день є найбільшим виробником персональних і планшетних комп'ютерів, плеєрів, мобільних телефонів і програмного забезпечення. Компанію «Apple» в 1976 році заснували Стів Джобс, Стів Возняк і Рональд Уейн. 2007 – випуск смартфона iPhone, який анонсував сам Стів Джобс. Саме під його керівництвом «Apple» змогла відкрити для себе нові сегменти ринку. Поява iPhone зобов'язане тому, що з розвитком мобільних технологій впав попит на фотоапарати і цифрові камери. Розробники мобільних пристроїв стали поєднувати в собі телефон, фотоапарат і аудіоплеєри. Джобс розумів, що ринок аудіоплеєрів приречений і незабаром буде поглинений телефонами, які поєднують в собі всі ці пристрої. І тоді він поставив завдання своїм підлеглим розробити новий телефон, який буде поєднувати в собі всі ці функції і по apple-івській традицією буде витонченим і зручним. Журнал Time згодом визнає iPhone винаходом року! 2008 – «Apple» випускає найтонший ноутбук у світі під назвою MacBook Air. Двохтисячні стали для Джобса і його команди справжнім

тріумфом. «Apple» практично кожен рік щось дивує світ і робить армію своїх шанувальників все більше і більше. 2010 – «Apple» випускає планшетний комп'ютер iPad. Також в цьому ж 2010-му iPhone 4 займає 1 місце в списку кращих телефонів в номінаціях «Бестселер» і «Імідж» за версією Mobile-Review.com. 3 вересня 2012 року в офіційну продаж надходить iPhone 5. Жартують, що iPhone самий розумний телефон, і у нього найвищий відсоток власників, які значно дурніші свого телефону). Кількість попередніх замовлень на п'ятий iPhone за добу досягло 2 мільйонів! «Apple» – найвпливовіший бренд у світі і найдорожча компанія в світі. У травні 2011 року, згідно рейтингу дослідницького агентства Millward Brown, бренд «Apple» був названий найдорожчою торговою маркою в світі. Згідно з даними Forbes за жовтень 2012 року, бренд «Apple» вирвався в лідери рейтингу «найвпливовіших», випередивши такі марки, як Coca-Cola, Microsoft і IBM. В листопаді 2013 року ринкова капіталізація компанії, тобто її фактична вартість становить близько 472 млрд доларів, а максимальної капіталізації компанія досягла у вересні 2012 року, коли її ринкова вартість оцінювалася більш ніж в \$ 700 млрд, що зробило «Apple» найдорожчою компанією в історії! В 2015 році на ринку з'являється iPhone 6. Зараз «Apple» – це більше, ніж нові ІТ-технології та сучасне виробництво. «Apple» – це естетичний дизайн, унікальна репутація, впізнаваний стиль, успішний імідж і ціла культура в індустрії споживчої електроніки. Одним словом, «Apple» – це легенда. Сьогодні продукція компанії «Apple» – це, швидше, у першу чергу – символ багатства і процвітання його володаря. Люди, які вперше купують iPhone, роблять це не через його технічних особливостей, а саме через те, щоб отримати статус.

Але в Україні маркетинг об'єктів інтелектуальної власності не має достатнього розвитку, можливо однією з головних проблем цього є недосконале законодавство. В основному законодавчо-нормативна база України в цілому вирішує питання надання прав на об'єкти інтелектуальної власності. Це питання необхідно вирішити на законодавчому рівні України, як у розвинених країнах, таких як США, Японія та країни Європи. Саме тому ці країни більш досвідчені у цьому питанні.

### **Список використаних джерел**

1. <http://all4shkoloty.ru/?p=17291>

2. <http://www.dslib.net/economika-xoziajstva/upravlenie-intellektualnymi-produktami-nauchnoj-organizacii.html>
3. <http://historybrands.jimdo.com/%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%8B/apple/>
4. <http://www.myrouble.ru/istoriya-uspeha-apple/>
5. <http://www.br.com.ua/referats/Marketing/21261-6.html>
6. <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=25363>

## **СЕКЦІЯ 18. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ**

---

### **СИСТЕМА ПЕРЕТВОРЕННЯ КЛІЄНТА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ В ПОСТІЙНОГО ПОКУПЦЯ**

**В. О. Плахтій, ТҚД-51М**

**М. М. Хурса, к. е. н., доцент – науковий керівник**

При створенні і розвитку сайту багато компаній всі свої зусилля спрямовують в першу чергу на розробку ресурсу, його концепції і швидке отримання великих об'ємів трафіку. В результаті на рекламу і залучення нових користувачів витрачаються значні кошти, які не завжди окупаються. Відвідувачі приходять, в деяких випадках здійснюють разові покупки і більше не повертаються на сайт.

Доводиться інвестувати в збільшення трафіку знову і знову. При цьому повторна покупка на сайті/замовлення послуги – це впевнений крок до того, щоб користувач став постійним клієнтом. При новій потребі задоволений сервісом і якістю відвідувач, опинившись на тому ж ресурсі, з куди більшою ймовірністю і впевненістю зробить на ньому замовлення.

**Актуальність** теми зумовлена стрімким розширенням аудиторії українських користувачів мережі Інтернет як потенційних клієнтів електронних магазинів.

**За об'єкт** взято явище інтернет-магазину, а **предметом** виступає аналіз та специфіка його розвитку в межах інтернет-магазинів.

**Метою** наукової роботи є дослідження особливостей залучення користувачів інтернет-магазину до його постійних покупців.

Повернення користувачів – доступний і дієвий інструмент підвищення продажів з сайту. Ми розглянули основні методики, використання яких дозволяє істотно підвищити ефективність маркетингової активності в мережі. В руках створювачів інтернет-магазину деякі з представлених підходів (наприклад, email-розсилка, контент-маркетинг) стають повноцінними каналами продажів з сайту.

Модель залучення і утримання клієнтів єдина для будь-якого інтернет-проекту: після того, як відвідувач прийшов на сайт, треба не просто зацікавити його вдосконаливши замовлення, а й мотивувати купувати згодом, пропонуючи якісний клієнтський сервіс і цікаві, зручні для нього нові точки дотику з брендом. Ретаргетінг (ремаркетинг) заслужено є одним з найефективніших інструментів повернення користувачів. Тим часом існують і інші методики, які дозволяють отримати відчутний результат. Їх головною відмінністю від пошукової реклами є робота на лояльність клієнта.

Використання методики повернення покупця на сайт та інших сегментів дозволить управляти різними рекламними кампаніями, оперативно змінювати майданчики або навіть всю маркетингову стратегію, в тому числі і по відношенню до користувачів, що повернулися. Таким чином, можна подивитися різні дані і зробити аргументовані і точні висновки про те, чи вигідно вам повертати відвідувачів на сайт.

## **ПІДПРИЄМЕЦЬ У СУЧАСНОМУ СВІТІ – МІФ ЧИ РЕАЛЬНІСТЬ?**

**А. О. Михайлик, ТЕМС-21**

**К. М. Краус, к. е. н., ст. викладач – науковий керівник**

Підприємець – ключова фігура в бізнесі, саме у нього народжується ідея започаткування власної справи, він втілює в життя модель ведення бізнесу, створює нові робочі місця, сприяє росту суспільного добробуту, появи та розвитку нових галузей.

Протягом всієї історії людства саме підприємці забезпечували рух суспільства шляхом економічного прогресу та покращення соціальних умов життя. Проте, будь-хто не може стати підприємцем, цьому потрібно вчитися, здобуваючи нові знання, навички та досвід.

Для досягнення успіху в підприємницькій діяльності, підприємець має неодмінно володіти особливими рисами характеру та діловими якостями:

- ініціативність, рішучість, сміливість, азартність, схильність до «розумного» ризику, наполегливість, незалежність, самостійність, відповідальність;

- честлюбність, мобільність, прагнення до нового, вміння передбачати, адаптуватись до змін;

- оптимізм, вміння протидіяти невдачам;

- комунікабельність, вміння працювати з людьми, налагоджувати зв'язки, впливати на людей, переконувати їх;

- самовіддача, фанатичне захоплення власною справою, працьовитість (підприємець повинен працювати більше, ніж його працівники, уміти витримувати високе навантаження);

- порядність і чесність, надійність, вірність даному слову, які перш за все цінуються у цивілізованому підприємництві;

- висока компетентність та ерудиція (підприємець повинен володіти знаннями з технології, економіки, психології, інновацій, політики, юриспруденції, фінансів, маркетингу; вміти організувати взаємодію різних спеціалістів, тобто бути універсалом).

Проте чи дійсно всі підприємці такі? Чи дійсно всі підприємці чесні? Говорячи про сумління підприємця, слід зазначити, що передумовою його активації є оцінка власних вчинків у світлі живого та безпосереднього контакту з цінностями, а передусім – з гідністю людини. Ми переконані, що сьогодні корупція в Україні є тотальним і найбільшим викликом.

Припускаємо, що багато підприємців (а можливо й більшість) конфронтує виклики і зло корупції: піддатися, прийняти її «правила гри» чи все ж залишатися поза системою корумпованих стосунків? Але хіба позиція стороннього спостерігача, який не бажає «забруднитися» злом корупції, не є підставою для морального неспокою? До якої межі ми можемо залишатися осторонь зла і тим самим толерувати його?

Тоді, якщо підприємці ведуть нечесну гру, можливо краще без них? Саме підприємці забезпечують покращення соціально-економічного життя суспільства. Долучаючись до «здорової» конкуренції, вони можуть покращувати свою продукцію, вигадувати щось нове, більш цікаве для споживачів і, врешті-решт, модернізувати саму економіку в країні. Тому, без підприємців ми обійтися не можемо в сучасному світі.

Проте, зараз в Україні досить важка економічна ситуація, і взагалі людям важко виживати на ті копійки, які вони заробляють, через це процвітає корупція, і кожен намагається заробляти якомога більше. Підприємців стає все більше, однак, дійсно чесних і добросовісних не так багато, якби нам того хотілося б. Тож постає питання – чи доцільно взагалі в наш час бути підприємцем? І якщо так, то як не бути задавленим іншими підприємцями?

Роль підприємця залишається актуальною. Однак, встановлені певні стереотипи сучасного підприємця – системно і послідовно лукавити з самим собою й культивувати сліпоту і байдужість до моральних орієнтирів та цінностей. Цей стереотип ігнорує ще один важливий аспект, а саме – покликання бути підприємцем, що може бути настільки ж глибоким, як і покликання стати вчителем чи науковцем. Відповідаючи щиро на це покликання, людина відкривається і на моральний вимір, з усіма його сумнівами, випробуваннями, зреченнями та наверненнями. Легко з цим не буває і не буде. А хто ж із нас хотів би, щоб його покликання було дрібним, копійчаним?

Викладачів львівської бізнес-школи В. Турчиновський зазначає, що «В Україні фактично підростає лише перше покоління бізнесменів. Перше, а не третє чи тринадцяте. Це перше покоління сантиметр за сантиметром витягує нас із в'язкого клею недавнього ще тоталітаризму, комунізму та патерналізму. Кожен, хто започатковує власну справу, рано чи пізно зустрічається з викликом відповідальності за її успіх і за всіх, хто інвестував в цей успіх (працівники, інвестори, клієнти та партнери). Чи у цьому процесі є місце для спокус, моральних невдач і нечесності? Так, звісно, але також не бракує простору для ґартування морального характеру і духовної зрілості... Нам потрібно знайти спосіб підтримати моральне лідерство у бізнесі і в післямайданний час, коли ми приймаємо виклик серйозних і тривалих реформ» [1].

Тож, можливо ми просто не знали справжніх підприємців? І насправді все те було несправжньому, а просто залишки Радянського Союзу – і все? І тоді ми по-справжньому не можемо знати – як це бути підприємцем, чи можна бути чесним, правильним, вірним своїй ідеї.

Щоб стати сьогодні успішним підприємцем з перспективною власною справою, слід вийти далеко за її межі і там знайти сенс



підприємницької діяльності: не покинути її, не зневіритися, але стати зрілим духовно і морально, відкривши сенс та призначення бізнесу у просторі поза ним самим.

Це є запорукою успіху, незалежно від того працює на підприємстві 5 працівників чи створюється велика компанія, де працевлаштовані півтори-дві тисячі людей. Формула служіння, творчості, інноваційності, пошани до іншого та відкритості до світу цінностей працює безвідмовно і, окрім гарантованої в поті чола щоденної праці, дарує ще й миті щастя.

Ми переконані, що підприємцем важливо бути в усі часи, якими б складними вони не були. Стати справжнім підприємцем сьогодні в Україні надзвичайно важко, однак цілком реально, якщо бути наполегливим, цілеспрямованим, ініціативним, відкритим до співпраці, прагнути до пізнання чогось нового та володіти креативним мисленням.

### **Список використаних джерел**

1. «В Україні підрастає лише перше покоління бізнесменів»: як поєднати мораль з підприємництвом: [інтерв'ю з викладачем Львівської бізнес-школи та директором Міжнародного інституту етики та проблем сучасності УКУ В. Турчиновським / записав А. Марцинюк] // PLATFORMA Re:Invent. – 2015. – 10 серп. – Режим доступу: <http://reinvent.platfor.ma/volodimir-turchinovskii/>. – Назва з екрана.

## **МІСЦЕ ТА РОЛЬ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ**

**А. А. Сулизу, ТЕМС-41**

**Т. Є. Іщейкін, к. е. н., ст. викладач – науковий керівник**

Розвиток міжнародного ринку товарів обумовив формування та інтенсивний розвиток міжнародного ринку послуг, який займає значне місце в економіці держав світу. Так, частка послуг у ВВП розвинутих країн становить зараз близько 70 %, а країн, що розвиваються, – 55 %. У сфері послуг розвинутих країн світу зайнято понад 60 % працюючих. Еволюція природи та характеру послуг, інтеграція науки і виробництва, торгівлі і промисловості привели до суттєвих змін в умовах діяльності ринків, у суб'єктній інституційній структурі.

Головними характеристиками послуг є те, що їх не можна, на відміну від товарів, побачити і відчувати на дотик; вони не піддаються збереженню; торгівля послугами пов'язана з їх виробництвом; експорт послуг означає надання послуги іноземцю, тобто нерезиденту, навіть якщо він знаходиться на митній території країни.

Міжнародна торгівля послугами протягом останніх десятиліть є надзвичайно динамічною сферою розвитку світового господарства. Наприкінці ХХ ст. обсяги експорту послугами провідних ринкових країн зростали вдвічі швидше за обсяги товарного експорту. Значною мірою це зумовлювалося подальшою диференціацією попиту й індивідуалізацією потреб як виробництва, так і споживачів у побуті.

Ключовим фактором зростання обсягів міжнародної торгівлі послугами, їх диверсифікації стали поширення інформаційних технологій і попит на продукти комп'ютерного виробництва та взагалі на послуги, які не прив'язані до матеріальних носіїв, яка відбулася в індустріально розвинутих країнах. Під тиском цих тенденцій відбувалися масштабні процеси формування.

Згідно з підходом, який прийнятий ЮНКТАД (конференція ООН по торгівлі та розвитку), виділяють наступні види послуг: торгівля транспортними послугами за межами національних кордонів; торгівля туристичними послугами; послуги поштового, кур'єрського, телефонного, телеграфного зв'язку між резидентами та нерезидентами; будівництво; страхування; фінансові послуги; комп'ютерні та інформаційні послуги; роялті та ліцензійні послуги; франчайзинг; лізинг; інжиніринг; управлінський контракт.

Частка України в міжнародній торгівлі послугами є незначною. В експорті послуг найбільшою є лише частка транспортних послуг, яка становить близько 2 %. Загальний обсяг міжнародної торгівлі послугами за останні 30 років збільшився майже у сім разів. Якщо в 1980 р. він становив близько 400 млрд дол., то у 2014 р. – 2,5 трлн дол. Очікується, що швидкий розвиток торгівлі послугами буде продовжуватися й надалі. За існуючими оцінками, в 2020 р. світовий експорт послуг може зрівнятися зі світовим експортом товарів.

Відбуваються і структурні зміни в експорті послуг. Зростає частка міжнародних туристичних послуг. Нині вона становить 13 % обсягу світового експорту. Туризм формує 8 % ВВП країн

ЄС і забезпечує майже 11 % їх економічного зростання. Одночасно знижується частка міжнародних транспортних послуг. Характерно і те, що 70 % світового експорту та імпорту послуг припадає на розвинуті країни. Особливо виділяються США, питома вага яких – близько 18 % усього світового експорту послуг. Україна здійснює зовнішньоторгові операції послугами з багатьма країнами світу. Найпопулярнішими є такі послуги: транспортні (75 % загального обсягу експорту послуг), ділові, професійні і технічні – 10 %. В імпорті послуг в Україну транспортні займають 20 % загального обсягу імпорту послуг, ділові професійні і технічні – 18 %, державні – 19 %, фінансові – 11 %.

За роки незалежності в українській економіці, як і в усьому світі, роль сфери послуг значно зростає. Збільшується кількість послуг, їх різноманітність та якість, вплив на життя людей, зростає кількість комерційно-посередницьких структур, які забезпечують багатогранні потреби в послугах виробничої та невиробничої сфери. Активний розвиток ринку послуг зумовлено низкою чинників. Зокрема, К. Лавлок, відомий авторитет у сфері управління соціальним розвитком, до цих чинників відносить:

- політику держави, яка може проявлятися у посиленні контролю над ціноутворенням, прийнятті законів;
- соціальні зміни у суспільстві, що зумовлюють зростання доходів населення, трансформації способу життя, підвищення потреби в послугах;
- тенденції розвитку бізнесу, що сприяє зростанню вимог до якості послуг;
- розвиток інформаційних технологій та їх впровадження у виробництво;

Розвиток ринку послуг визначається дією чинників мікро (внутрішнього) та макро (зовнішнього) середовища. Перші впливають на рівні окремої організації та безпосередньо визначають умови її функціонування. Чинники макросередовища представлені силами ширшого соціального плану, що створюють загальні умови функціонування ринку послуг.

Нами були досліджені основні види міжнародних послуг, їх розвиток і географічна структура, ринок послуг в Україні та тенденції його розвитку. Визначено, що розвиток ринку послуг є

однією із загальних рис процесів інтернаціоналізації та глобалізації світового господарства.

Ринок послуг в Україні не настільки розвинутий, як у пост-індустріальних країнах. Ряд чинників стає на заваді розвитку вітчизняного ринку послуг. Серед основних: не достатньо розвинута інфраструктура ринку, екологічні та економічні проблеми, нестабільне політичне становище тощо. Водночас останнім часом збільшується частка таких послуг, як різноманітні бізнес-послуги, послуги зв'язку, туристичні послуги, освітні та ін. Але для ефективного функціонування та розвитку сфери послуг в Україні дуже важливою є підтримка з боку держави, уряду та місцевих органів влади, що повинні забезпечувати постійний зв'язок сфери виробництва зі сферою послуг.

### **Список використаних джерел**

1. Офіційний сайт Світової організації торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.wto.org](http://www.wto.org). – Назва з екрана. – Дата звернення: 28.03.2016.
2. Румянцев А. П. Світовий ринок послуг : навч. посіб. / А. П. Румянцев. – Київ : Центр навч. л-ри, 2006. – 456 с.
3. Офіційний сайт ЮНКТАД статистика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.unctad.org](http://www.unctad.org). – Назва з екрана. – Дата звернення: 28.03.2016.

## **СЕКЦІЯ 19. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТОВАРОЗНАВСТВА, ЕКСПЕРТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА**

---

### **МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ЕМАЛЕЙ**

**С. А. Павленко, ТЕМС-51м**

**Н. В. Омельченко, к. т. н., професор – науковий керівник**

Процес ідентифікації хімічної продукції є основним етапом забезпечення її безпечності. Підтвердження хімічного складу хімічної продукції, в тому числі й емалей, є необхідним процесом для правильної класифікації, маркування і розробки експлуатаційних документів. Ідентифікація продукції [1–2], що знаходиться на ринку, має першочергове значення, адже без неї неможливо встановити певні вимоги на продукцію, в тому числі й наведені у стандартах [3].

Аналізуючи публікацій [1–2], встановлено, що під час ідентифікації хімічної продукції, зокрема емалей, можна виділити п'ять етапів. Перший етап [1] передбачає використання ідентифікації продукції для встановлення відповідності між самою продукцією та вимогами встановленими у нормативних документах (НД). На цьому етапі ідентифікація проводиться на рівні хімічного складу продукції, призначення продукції, тощо. На першому етапі ідентифікації необхідно співставити об'єкт ідентифікації з:

- відомим об'єктом дослідження, а саме описом продукції у технічних документах,

- номером речовин у реєстрі хімічної реферативної служби американської хімічної спільноти (номер CAS) або європейського хімічного агентства (номер ЕС).

Другий етап ідентифікації полягає у віднесенні зразка до певного виду продукції (або партії) [1]. Позитивний результат ідентифікації на даному етапі дозволить розповсюдити відповідність (або невідповідність) вимогам зразка, який досліджувався, безпосередньо на всю партію або зразок. На другому етапі ідентифікації використовуються критерії:

- номер партії;
- дані про відбір проб;
- відомості про однорідність продукції.

Для проведення ідентифікації, на третьому етапі, необхідно обрати критерії ідентифікації:

- найменування або кодове позначення (номер CAS, та/або ЕС), хімічний склад або структуру;
- спосіб отримання;
- походження (хімічна природа), спосіб використання [1].

На четвертому етапі, необхідно обрати показники ідентифікації, наприклад, для емалей виділяють [3]:

- умовну в'язкість;
- масову частку нелетких речовин;
- зовнішній вид покриття, адгезію.

На п'ятому етапі, для встановлення значення показників ідентифікації обирають методи ідентифікації.

Встановлено, що на даний час проблема ідентифікації хімічної продукції є актуальною й складною, вирішення якої потребує застосування комплексного підходу [2] щодо структури-

вання наявної інформації та інформаційних ресурсів; впорядкування, удосконалення й розвитку нормативно-методичних, лабораторних та інформаційних ресурсів. Доцільним [2] є розробка стандартів на сучасні методи ідентифікації продукції: спектральні (оптичні), електрохімічні, хроматографічні, радіометричні, масспектрометричні, які передбачають застосування сучасного вимірювального обладнання та засобів вимірювальної техніки.

Таким чином, враховуючи невирішені проблеми ідентифікації хімічної продукції, нами заплановано:

- проведення підбору та систематизації засобів ідентифікації емалей;
- розробка класифікації емалей для цілей ідентифікації;
- створення баз даних для ідентифікації емалей;
- удосконалення та розробка експрес-методів ідентифікації емалей;
- удосконалення методик ідентифікації емалей.

### **Список використаних джерел**

1. Косоруков И. А. Основные принципы идентификации химической продукции [Электронный ресурс] / И. А. Косоруков. – Режим доступа: [http://ciscenter.ru/pdf/ID\\_Main\\_principles.pdf](http://ciscenter.ru/pdf/ID_Main_principles.pdf). – Название с экрана. – Дата обращения : 17.03.2016.
2. Муратова Н. М. О системе идентификации химической продукции [Электронный ресурс] / Н. М. Муратова, И. А. Косоруков // Техническое регулирование. – Режим доступа: <http://www.asms.ru/upload/iblock/9a4/9a49e6fe0ad8650d17c418efd4ad3608.pdf>. – Название с экрана. – Дата обращения : 17.03.2016.
3. Материалы лакокрасочные. Эмали. Общие технические условия ГОСТ Р 51691-2008. – [Введен 2010-01-01]. – Москва : Стандартинформ, 2009. – 15 с. – (Национальный стандарт Российской Федерации) [Справочный].

### **БЕЗПЕЧНІСТЬ ЕФІРНИХ ОЛІЙ**

**Л. П. Євдошенко, ТЕМС-52**

**Л. В. Поліщук, к. т. н., доцент – науковий керівник**

Розвиток суспільства, погіршення екології вимагають покращання і певних змін у структурі і якості косметичних товарів, а також пошуків нових натуральних компонентів для збереження і

зміцнення здоров'я та краси людини. Це зумовило появу на ринку України косметичних товарів, що збагачені природними вітамінами і нешкідливі під час використання.

Окрім того, прогресивним напрямком для косметичної промисловості є отримання ефірних олій та супутніх продуктів їх переробки. Вони характеризуються цілим комплексом біологічно-активних речовин та специфічних властивостей і мають широке використання у косметології.

Використання продуктів ефіроолійних рослин у різних галузях косметології можливе за умов подальшого вивчення показників їх якості, споживних властивостей, безпечності, а для успішного впровадження у виробництво – відповідної нормативної документації на них.

У зв'язку з вище викладеним, наукові роботи щодо дослідження показників їх якості є досить актуальні і мають наукове та практичне значення для косметичної галузі промисловості України. Косметичні товари є особливою групою, так як їх властивості повинні забезпечувати нешкідливість, сприятливо впливати на стан шкіри, волосся, зовнішній вигляд людини і настрій. Мікроорганізми з олій можуть потрапити на шкіру людини і викликати гнійні та вугрові запалення шкіри, а також негативні явища. У зв'язку з цим більшість косметичних засобів перевіряють на мікробіологічну безпеку.

Метою дослідження є визначення показників якості ефірних олій, а саме їх безпечності для використання людиною, та відповідність нормативним документам.

Об'єктами дослідження були обрані олія ефірна з кропу («Немані», Пакистан) та олія ефірна коріандрова («Farmakom», Україна).

Показниками рівня безпечності були обрані кількість мезофільних аеробних і факультативних-анаеробних мікроорганізмів (Родина Enterobacteriaceae, *Staphylococcus aureus*, *Pseudomonas aeruginosa*) та кількість дріжджів та плісневих грибів.

Для виявлення кількості мікроорганізмів нами були проведені дослідження у лабораторії кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства ПУЕТ.

Результати досліджень, одержані на підставі мікробіологічних випробувань ефірних олій, подані у таблиці.

**Таблиця – Мікробіологічне забруднення олій косметичних**

<b>Зразок</b>	<b>Норма за ДСТУ 3038-96</b>	<b>Ефірна олія кропу «HEMANI»</b>	<b>Ефірна олія коріандру «FARMAKOM»</b>
МАФАМ, КУО/г	$1 \cdot 10^3$	$4 \cdot 10^2$	Відсутнє
Гриби, КУО/г	$1 \cdot 10^2$	$1,0 \cdot 10^2$	Відсутнє
Дріжджі, КУО/г	$1 \cdot 10^2$	$0,8 \cdot 10^2$	$0,02 \cdot 10^2$
Родини Enterobacteriaceae в 1 г	Відсутнє	Відсутнє	Відсутнє

За проведеними підрахунками кількість КУО становить  $4 \cdot 10^2$ , що не перевищує передбачену норму КУО  $1 \cdot 10^3$  відповідно до ДСанПІН 2.2.9.027-1999 [4].

Не виявлено ту суттєву кількість бактерії які б свідчили про наявність бактерій групи МАФАМ, яка б могла нанести шкоду здоров'ю людини, тому ефірна олія з кропу ТМ «HEMANI» відповідає вимогам ДСанПІН 2.2.9.027-1999. У зразку 1 олія ефірна кропу, було виявлено 5 колоній грибів, які за зовнішнім видом чорного кольору. Колонії округлої форми, з горбкуватим профілем, край галузистий, а структура дрібнозерниста. За наявністю багатоклітинного міцелію та характерного конидіального спорношення гриби віднесли до роду *Aspergillus*.

За вимогами ДСанПІН 2.2.9.027-1999 виявлена кількість КУО складає  $1,0 \cdot 10^2$ , це є допустимою для грибів досліджуваного зразка 1.

Було також виявлено і колонії дріжджів в кількості КУО  $0,8 \cdot 10^2$ , які можна віднести до роду *Candida*. Так як колонії округлої форми Кількість КУО, яка складає  $0,8 \cdot 10^2$  відповідно до ДСанПІН 2.2.9.027-1999 норма не повинна бути більшою ніж  $1,0 \cdot 10^2$ , тому олія ефірна не відповідає цьому показнику.

Дослідження мікробіологічного забруднення зразку 2 ефірної олії коріандру показало, що на цьому зразку виросла всього одна колонія дріжджів Колонія дріжджів округлої форми з плескатим профілем, за кольором біла з жовтуватим відтінком. За розміром дрібна 1–2 мкм, поверхня гладенька, матова, непрозора характер країв хвилясті, структура однорідна. За підрахунками кількість дріжджів складає КУО  $0,02 \cdot 10^2$ , не перевищує передбачену норму КУО  $10 \cdot 10^2$  відповідно до ДСанПІН 2.2.9.027-1999. В цілому виявлено не суттєву кількість бактерії, яка б була б достатня для шкідливого впливу. Це відноситься до



бактерій групи МАФАМ, яка б могла нанести шкоду здоров'ю людини, тому можна рахувати що ефірні олії ТМ «HEMANI» та «FARMAKOM» відповідають вимогам ДСанПІН 2.2.9.027-1999.

### **Список використаних джерел**

1. Товарознавча характеристика ефірних олій [Електронний ресурс] / Спосіб доступу : Електронний читальний зал ПУЕТ. – Назва з екрана. – Дата звернення : 10.04.2016.
2. Масло укропу [Електронний ресурс]. – Спосіб доступу: Електронний читальний зал ПУЕТ. – Назва з екрана. – Дата звернення : 10.04.2016.
3. Олія ефірна коріандрова. Технічні умови : ДСТУ 4654:2006. – [Чинний від 01.08.2006 ]. – Київ : Держстандарт України, 2007. – 14 с. – (Національний стандарт України).
4. Державні санітарні правила і норми безпеки продукції парфумерно-косметичної промисловості : ДСанПІН 27-1999 [Чинний від 01.07.1999]. – Київ : ДСанПІН, 1999. – 49 с.
5. Рудавська Г. Б. Мікробіологія / Г. Б. Рудавська, Л. І. Демкевич. – Москва : КНТЕУ, 2005. – 407 с.

### **ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ТА СУЧАСНИЙ АСОРТИМЕНТ ЦЕГЛИ**

**А. Ю. Павеленко, ТЕМС – 51м**

**А. С. Браїлко, к. т. н. – науковий керівник**

Поява на ринку нових різновидів цегли, в тому числі й керамічної, яка виготовляється із застосуванням новітніх технологічних рішень, зумовлюють потребу вивчення її класифікації, асортименту та споживних властивостей. Формування ж баз даних сучасного асортименту цегли керамічної є необхідним засобом під час проведення ідентифікації.

Відповідно до ДСТУ Б В.2.7-61:2008 [1] цеглу класифікують за такими основними ознаками: призначенням, наявністю порожнин, міцністю, морозостійкістю, розмірами, середньою густиною, теплотехнічними властивостями та радіоактивністю. За призначенням цеглу підрозділяють на два види: рядову – використовують для мурування зовнішніх і внутрішніх стін та інших елементів будинків і споруд, для виготовлення стінових панелей і блоків, а також для мурування фундаментів [1]; лицьову – використовують для мурування й одночасного облицю-

вання стін та інших елементів будинків і споруд. Її лицьові поверхні можуть бути гладкими, рифленими або офактуреними, природного кольору (кольору нормально випаленого черепка), пофарбованими шляхом введення у сировинні матеріали домішок чи іншими способами. У свою чергу лицьові поверхні офактурених облицювальних виробів можуть бути оброблені торкретуванням мінеральним дрібняком, ангобуванням, поливою, двошаровим формуванням або іншими способами [1].

В залежності від призначення лицьову цеглу поділяють на [2]: фасонну, фактурну, глазуровану, ангобовану, клінкерну, гіперпресовану. Фасонна цегла має досить оригінальну форму, такий виріб використовують для дизайнерського оформлення колон, арок чи обрамлення вікон. Фактурна цегла має певний рельєф поверхні, що забезпечує своєрідний естетичний зовнішній вигляд. Відмінною ознакою глазурованої цегли є глянцева блискуча поверхня, що утворюється завдяки шару глазури, який наносять перед випалюванням. Ангобована цегла подібна до глазурованої, має декоративний шар із спеціального глиняного складу, відрізняється матовою поверхнею. Клінкерну цеглу виготовляють із легкоплавких глин та суглинків, що не містять домішок крупного піску, включень карбонатів, гіпсу, вугілля. без додавання домішок. Їй притаманна щільна структура, а отже вона має підвищену теплопровідність, низький показник водопоглинання, високу міцність, та морозостійкість. Гіперпресовану цеглу отримують безвипалювальним способом, що ґрунтується на процесі «холодного зварювання», яке відбувається при пресуванні під високим тиском дрібномолотих вапнякових порід з невеликою кількістю (до 10 %) цементу і води. Основною сировиною (до 90 %) є відсівы від розробки вапнякових (карбонатних) порід: вапняк, доломіт, травертин, мармур тощо.

Сучасний асортимент цегли надзвичайно широкий й постійно оновлюється. Зокрема, розрізняють такі різновиди цегли: вогнетривка, лекальна, тротуарна, силікатна, саман. Вогнетривку цеглу виготовляють з глини, змішаної з шамотним порошком, коксовими чи графітовими порошками або зернами кварцу. Її поділяють на кварцову, шамотну, вуглецеву, основну. Відмінними рисами такої цегли є жаростійкість і підвищена міцність. Лекальна цегла виготовляється клиноподібною, дугоподібною чи

ускладненої форми з криволінійними ділянками зовнішнього контуру, напр. у вигляді вирізки кільцевого тіла і використовується для декорування карнизів, кутів, арок; для кладки промислових димарів та футеровки труб у випадках нагрівання цегли димовими газами не більш ніж до 700 °С. Тротуарна цегла є прототипом клінкерної, стійка до дії УФ-променів, водопоглинання становить 2 %, має високу стійкість до кислот і їх сполук, а морозостійкість досягає 300 циклів. Силікатна цегла виготовляється із кварцового піску і вапна. Має особливу технологію виробництва – пресування сухим методом. Як правило, силікатна цегла застосовується для зведення тримальних стін у спорудах (до трьох поверхів). Саман це будівельний стіновий матеріал, що представляє собою невипалену цеглу із суміші глини, соломи та піску. Зокрема з саману будували традиційні українські мазанки та хати-землянки на півдні України, сьогодні ж використовується в країнах Азії.

Керамічну цеглу виготовляють двох типів [1]: повнотілою (без порожнин або з технологічними порожнинами об'ємом до 13 % для запобігання структурному свілеутворенню) або порожнистою; Порожнини у виробках можуть розташовуватися як вертикально, так і горизонтально. Лицьову порожнисту керамічну цеглу виготовляють із порожнистістю не більше 48 %.

Приватне акціонерне товариство з іноземними інвестиціями «Слобожанська будівельна кераміка» (далі по тексту ПРАТ «СБК»), один з найбільших виробників цегли в Україні застосовує інноваційні технології та має повністю модернізоване виробництво, що дозволяє виготовляти високоякісну продукцію, яка є конкурентоспроможною як на вітчизняному так і на закордонному ринках [3]. ПРАТ «СБК» [3; 4] виготовляє лицьову, офактурену, глазуровану цеглу. Лицьова цегла виготовляється чотирьох марок: М100, М150, М175, М200. Їй притаманні високі показники міцності, а тому вона призначена для спорудження одно- та багатоповерхових будівель [3]. Офактурену цеглу виготовляють чотирьох видів: Рустика, Короїд, Береста, Кора дуба [4]. Використовується для облицювання стін, парканів, альтанок, внутрішніх приміщень, барних стійок та камінів. Глазурована цегла, окрім естетичних властивостей (гладкої глянсової поверхні подібної до керамічної плитки), має підви-

щину вологостійкість [4]. Призначена для кладки фрагментів внутрішньої обробки будівель і споруд, обробки вологих приміщень (басейнів).

Голландська компанія «StoneCycle» [5] розробила інноваційну екоцеглу, яка на 60–100 % складається із будівельних відходів старих або зруйнованих споруд (включаючи скло, цеглу, бетон та інші матеріали). Наразі компанія пропонує чотири види екоцегли з гладкою текстурою: «Mushroom» («Гриб») на 100 % зроблена з відходів; «Truffle» («Трюфель»), «Salami» («Салями») та «Nougat» («Нуга») – на 60 % складається з відходів [5].

Результати аналітичного огляду класифікації та асортименту цегли будуть використані під час: розробки класифікації для цілей ідентифікації цегли керамічної; створення цифрових баз даних призначених для проведення ідентифікації цегли керамічної ПРАТ «СБК».

### Список використаних джерел

1. Цегла та камені керамічні рядові та лицьові. Технічні умови : ДСТУ Б В.2.7-61:2008 (ЕН 771-1:2003, NEQ)). – [Чинний від 2010-01-01]. – Київ : Міністерство регіонального розвитку та будівництва України, 2009. – 33 с. – (Національний стандарт України).
2. Лицьова цегла [Електронний ресурс] : Вікіпедія. Вільна енциклопедія. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B8%D1%86%D1%8C%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D1%86%D0%B5%D0%B3%D0%BB%D0%B0](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B8%D1%86%D1%8C%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D1%86%D0%B5%D0%B3%D0%BB%D0%B0). – Назва з екрана. – Дата звернення : 23.02.2016.
3. Лицевой кирпич [Електронний ресурс] : Слобожанська будівельна компанія. Лицевой кирпич, облицовочный кирпич, керамический кирпич, продукция СБК. – Режим доступу: <http://www.sbk.com.ua/product/prod-licivoyu>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 23.02.2016.
4. Новинки! Офактуренный и Глазурованный кирпич! [Електронний ресурс] : Слобожанська будівельна компанія. Лицевой кирпич, облицовочный кирпич, керамический кирпич, продукция СБК. – Режим доступу: <http://www.sbk.com.ua/home/377-textured-glazed>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 23.02.2016.
5. У Голландії вирішили виробляти цеглу з будівельних відходів [Електронний ресурс] : Online Експрес. – Режим доступу: <http://expres.ua/news/2015/07/23/144691-gollandiyi-vyrishyly-vyroblyaty-ceglu-budivelnih-vidhodiv>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 23.02.2016.

## СЕКЦІЯ 20. ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕКА ТОВАРІВ НАРОДНОГО СПОЖИВАННЯ

---

### ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ МОРОЗИВА «ПЛОМБІР» ЗА ФІЗИКО-ХІМІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ

*М. В. Мурзак, А. А. Панченко, Д. Р. Страшко, БТ-21*

*В. І. Дмитренко, к. т. н., доцент – науковий керівник*

Морозиво є одним із найулюбленіших продуктів і користується стійким попитом у споживачів, особливо у літній період. Високі споживчі якості цього продукту визначають постійний попит на нього. Ще зовсім недавно вітчизняні виробники не могли забезпечити населення України морозивом навіть наполовину. В результаті український ринок «льодяного десерту» був заповнений імпортною продукцією. Але на сьогоднішній день ситуація значно покращилася. Виробництво морозива в Україні зростає із року в рік; місцеві виробники зайняли тверді позиції на ринку [1].

Сьогодні ринок морозива все більше наповнюється неякісною продукцією, яка не відповідає вимогам нормативної документації, має поганий смак та реалізується в оптовій торгівлі по низьким демпінговим цінам. Низькі ціни, швидке зростання прибутку, за рахунок погіршення якості, являються головним інструментом в конкурентній боротьбі. Виробники морозива все частіше почали відходити від класичної рецептури морозива. Активно починають використовувати добавки, які дозволяють знизити собівартість морозива, в той же час їх використання веде до змін традиційного смаку морозива [2].

**Мета дослідження:** визначити відповідності виробів морозива «Пломбір» вітчизняних виробників до стандарту України за фізико-хімічними показниками, вмісту сухих речовин та кислотністю.

**Завдання дослідження:**

1. Визначити вміст сухих речовин у морозиві.
2. Визначити кислотність морозива.
3. Визначити наявність соди і формальдегіду у морозиві.

**Матеріали та методи дослідження.** Для дослідження обрано морозиво «Пломбір» таких торгових марок (ТМ):

- 1) ТМ «Рудь» (Житомирський маслозавод);

2) ТМ «Белая бязроза» (ТОВ «Ласунка», м. Дніпропетровськ);

3) ТМ «Три ведмеді» (Бердичівська фабрика морозива).

Досліджувані зразки виготовлені відповідно ДСТУ 4733:2007. Термін придатності – 365 днів.

Вміст сухих речовин у морозиві визначали гравіметричним методом (прискореним методом висушування навіски при 180 °С) [3]. Кислотність морозива визначали алкаліметричним титруванням з використанням фенолфталеїну [4].

Наявність соди визначали якісною реакцією з бромтиловим синім, формальдегіду – якісною реакцією з сумішшю концентрованих кислот (сульфатної і нітратної).

**Результати та обговорення.** За результатами досліджень встановлено, що вміст сухих речовин у зразках морозива становить 38,7–41,6 %, що не перевищує 36–42 % та відповідає вимогам ДСТУ 4733:2007 «Морозиво молочне, вершкове, пломбір. загальні технічні умови» [5] (табл. 1).

**Таблиця 1 – Вміст вологи в досліджуваних зразках морозива «Пломбір»**

№ з/п	Назва продукту	Вміст вологи, %	Згідно з ДСТУ 4733:2007
1	ТМ «Рудь»	38,7	36–42 %
2	ТМ «Белая бязроза»	41,6	
3	«Три ведмеді»	39,7	

У результатів досліджень встановлено, що титрована кислотність морозива «Пломбір» ТМ «Рудь» становить 14 °Т, ТМ «Белая бязроза» – 18 °Т, «Три ведмеді» – 16 °Т, що відповідає нормі встановленою стандартом (ДСТУ 4733:2007) та не перевищує 22 °Т (табл. 2).

**Таблиця 2 – Титрована кислотність в досліджуваних зразках морозива «Пломбір»**

№ з/п	Назва продукту	Титрована кислотність, °Т	Згідно з ДСТУ 4733:2007
1	ТМ «Рудь»	14	< 22 °Т
2	ТМ «Белая бязроза»	18	
3	«Три ведмеді»	16	

Якісна реакція на наявність соди показала, що зелене забарвлення з'явилося у пробі морозива ТМ «Рудь» та ТМ «Белая бяроза», у зразку морозива «Три ведмеді» з'явилося кільце жовтого кольору. Жовте забарвлення кільцевого прошарку вказує на відсутність соди в продукті. Поява зеленого забарвлення різних відтінків (від блідо- до темного-зеленого) свідчить про присутність соди в морозиві. Таким чином, можна зробити висновок, що у морозиві ТМ «Рудь» та ТМ «Белая бяроза» присутня сода (табл. 3).

**Таблиця 3 – Вміст соди та формальдегіду в досліджуваних зразках морозива «Пломбір»**

ТМ морозива	Наявність соди	Наявність формальдегіду
«Рудь»	+	–
«Белая бяроза»	+	–
«Три ведмеді»	–	–

За наявності в морозиві формальдегіду на межі суміші кислот та приготовленого розчину морозива, утворюється фіолетове або темно-синє кільце. За відсутності кільце має жовте забарвлення. Фіолетове забарвлення не з'явилося в жодному зразку морозива. Таким чином, всі зразки морозива не містяться формальдегід.

Таким чином, із усього вищенаведеного можна зробити такі **висновки:**

1. Кислотність морозива досліджуваних виробників становить 14–18 °Т, що задовольняє вимоги ДСТУ 4733:2007.

2. Вміст сухих речовин у досліджуваних зразках морозива становить 38,7–41,6 %, що задовольняє вимоги ДСТУ 4733:2007.

3. Морозиво «Пломбір» ТМ «Рудь» і «Белая бяроза» містить соду.

4. Всі досліджувані зразки морозива «Пломбір» не містять формальдегідів.

### **Список використаних джерел**

1. Васильева Н. Кайф от мороженого / Васильева Н., Арсеньев Н. // Бизнес. – 2001. – № 21. – С. 28–32.
2. Коваленко Т. Все для мороженого: обзор рынка оборудования, ингредиентов и упаковки для производства мороженого / Коваленко Т. // Продукты питания. – 2002. – № 4. – С. 15–16.

3. Молоко и молочные продукты. Методы определения влаги и сухого вещества : ГОСТ 3626-73. – [Действующий от 01.07.1974]. – Москва : Стандартинформ, 2009. – 12 с. (Межгосударственный стандарт).
4. Молоко и молочные продукты. Титриметрические методы определения кислотности : ГОСТ 3624-92. – [Действующий от 01.01.1994]. – Москва : Стандартинформ, 2009. – 8 с. (Межгосударственный стандарт).
5. Морозиво молочне, вершкове, пломбір. загальні технічні умови : ДСТУ 4733:2007. – [Чинний від 01.01.2008]. – Київ : Держстандарт України, 2007. – 36 с.

## **ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ТВЕРДИХ СИРІВ ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИКІВ ЗА ФІЗИКО-ХІМІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ**

**Я. Пасько, Ю. Черненко – ТХ-21**

**В. І. Дмитренко, к. т. н., доцент – науковий керівник**

Сир – це джерело кальцію, фосфору, вітамінів А, В2, В12, амінокислот і білку. Цей продукт засвоюється організмом майже на 100 %. Дієтологи стверджують, що для забезпечення балансу мінеральних речовин і підтримки здоров'я організму людина має споживати не менш шести кілограмів сиру на рік.

**Метою дослідження** є визначення фізико-хімічних показників якості твердих сирів.

**Об'єкти дослідження:** тверді сири АТ «Пирятин»:

1. Маасдам.
2. Російський.
3. Голландський.
4. Пошехонський.

**Методи дослідження.** Дослідження вологості проводили гравіметричним методом, так як він є досить точним і простим у виконанні [1]. Титровану кислотність визначали алкільметричним методом [2]. Наявність соди визначали якісною реакцією з бромтиловим синім, формальдегіду – якісною реакцією з сумішшю концентрованих кислот (сульфатної і нітратної).

**Результати та обговорення.** За результатами досліджень встановлено, що вміст води досліджуваних сирів становить 38,2–40,5 %, що не перевищує 47 % та відповідає вимогам ГОСТ Р 52686-2006 «Сыры. Общие технические условия» (табл. 1).



**Таблиця 1 – Вміст вологи в досліджуваних твердих сирах**

№ з/п	Назва продукту	Вміст вологи, %	Згідно з ГОСТ Р 52686-2006
1	Маасдам	37,2	< 47 %
2	Російський	40,5	
3	Голландський	38,1	
4	Пошехонський	37,6	

У результатів досліджень встановлено, що титрована кислотність сиру «Маасдам» становить 126 °Т, «Російський» – 98 °Т, «Голландський» – 124 °Т, «Пошехонський» – 94 °Т, що відповідає нормі встановленою стандартом (ГОСТ Р 52686-2006) та не перевищує 196 °Т (табл. 2).

**Таблиця 2 – Титрована кислотність в досліджуваних твердих сирах**

№ з/п	Назва продукту	Титрована кислотність, °Т	Згідно ГОСТ Р 52686-2006
1	Маасдам	126	< 196 °Т
2	Російський	98	
3	Голландський	124	
4	Пошехонський	94	

Якісна реакція на наявність соди показала, що зелене забарвлення з'явилося у пробі з сиром «Маасдам», і інших зразках з'явилося кільце жовтого кольору. Жовте забарвлення кільцевого прошарку вказує на відсутність соди в сирі. Поява зеленого забарвлення різних відтінків (від блідо- до темного-зеленого) свідчить про присутність соди в сирі. Таким чином, можна зробити висновок, що у сирі «Маасдам» присутня сода.

За наявності в сирі формальдегіду на межі суміші кислот та приготовленого розчину сиру, утворюється фіолетове або темно-синє кільце. За відсутності кільце має жовте забарвлення. Фіолетове забарвлення з'явилося в першому зразку сиру. Таким чином, у зразку сиру «Маасдам» міститься формальдегід.

Таким чином, із усього вищенаведеного можна зробити такі **висновки:**

1. Усі досліджувані зразки твердого сиру АП «Пирятин» за вологістю та титрованою кислотністю відповідають нормі державного стандарту.

2. У сирі «Маасдам» присутні консерванти: сода та формальдегід.

### **Список використаних джерел**

1. Молоко и молочные продукты. Методы определения влаги и сухого вещества : ГОСТ 3626-73. – [Действующий от 01.07.1974]. – Москва : Стандартинформ, 2009. – 12 с. (Межгосударственный стандарт).
2. Молоко и молочные продукты. Титриметрические методы определения кислотности: ГОСТ 3624-92. – [Действующий от 01.01.1994]. – Москва : Стандартинформ, 2009. – 8 с. (Межгосударственный стандарт).

## **ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ПЛАВЛЕНИХ СИРІВ ЗА ФІЗИКО-ХІМІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ**

**Ю. О. Яцеленко, ТЕМС-21**

**Ю. І. Ковальчук, к. т. н. – науковий керівник**

Проблема харчування є одним з найважливіших соціальних проблем. Життя людини неможливе без повноцінної їжі. Відповідно до теорії збалансованого харчування в раціоні людини мають утримуватися білки, жири й вуглеводи в необхідній кількості. Такі речовини, як незамінні амінокислоти, вітаміни, мінерали у певних, вигідних для людини пропорціях. [1]

У організації правильного харчування першочергова роль відводиться молочним продуктам. Одним із представників даної категорії товарів є плавлений сир, тому об'єктом дослідження було обрано саме його – крім того це поживний легкозасвоюваний молочний продукт і він повинен бути якісним. Харчова цінність плавленого сиру обумовлена високою концентрацією білка і жиру, наявністю незамінних амінокислот, їх збалансованістю, а також вмістом вітамінів і таких мікроелементів як цинк, йод, кобальт. У порівнянні з натуральними сирами плавлені сири мають більше розчинних форм білка і добре емульгований жир, що сприяє їх легкій засвоюваності [2].

Плавлені сири дуже популярні серед споживачів, але часто так буває, що недобросовісні виробники заради збільшення прибутковості, пропонують нам сурогатні сирні аналоги.

Мета роботи полягала у визначенні фізико-хімічних та мікробіологічних показників якості плавлених сирів.

Для досягнення поставленої мети використовували загально-прийняті та спеціальні методи визначення фізико-хімічних та мікробіологічних показників якості плавлених сирів. Інформаційною базою роботи є державні стандарти (ДСТУ, ГОСТ), наукова література вітчизняних та іноземних вчених.

Завдання дослідження: визначення вмісту води, жиру, солі, присутність крохмалю, наявність мезофільних аеробних та факультативно-анаеробних мікроорганізмів (МАФАНМ), грибів та дріжджів.

На сьогоднішній день плавлені сири є одним з найпопулярніших продуктів, крім того вони дуже зручні у використанні та доступні кожному, тому встановлення відповідності фізико-хімічних та мікробіологічних показників якості є актуальним питанням.

Серед усього асортименту даного продукту, що представлений у торгівельній мережі м. Полтава ми обрали наступні зразки:

- сир плавлений «Дружба» ТМ «Золотий Резерв» Виробник: ТОВ «ТЕРРА ФУД» м. Тульчин, Вінницька обл.;

- сир плавлений «Вершковий» з вітамінами ТМ «Весела Корівка» Виробник: ПАТ «Бель Шостка Україна» м. Шостка, Сумська обл.;

- продукт молоковісний сирний плавлений пастоподібний «Дружба» ТМ «Тульчинка» Виробник: ТОВ «ТЕРРА ФУД» м. Тульчин, Вінницька обл.;

- сир плавлений «Вершковий» ТМ «Ферма» Виробник: ТОВ «ТЕРРА ФУД» м. Тульчин, Вінницька обл.;

- сир плавлений скибковий «Дружба» ТМ «СЛАВІЯ» Виробник: ПАТ «Баштанський сирзавод» м. Баштанка, Миколаївська обл. Результати дослідження представлені в табл. 1.

**Таблиця 1 – Результати дослідження якості плавлених сирів за фізико-хімічними та мікробіологічними показниками**

Показники вимірювання	Значення за ДСТУ 4635:2006	Зразок 1	Зразок 2	Зразок 3	Зразок 4	Зразок 5
Вміст води, %	Не більше, ніж <b>66 %</b>	50,39	52,16	40,21	60,44	26,78
Вміст жиру, %	не менше, ніж <b>20 %</b>	20,60	53,46	41,04	67,39	39,33

Показники вимірювання	Значення за ДСТУ 4635:2006	Зразок 1	Зразок 2	Зразок 3	Зразок 4	Зразок 5
Вміст NaCl, %	не більше, ніж <b>3 %</b>	2,19	2,05	2,02	1,98	3,08
Якісна реакція на крохмаль, ±	–	+	–	+	+	+
Мікробіологічні показники	МАФАНМ КУО/г – <b>50·10<sup>3</sup></b>	6,2·10 <sup>3</sup>	19,2·10 <sup>3</sup>	Вся площа	138·10 <sup>3</sup>	240·10 <sup>3</sup>
	Гриби, дріжджі, КУО/г – не більше, ніж <b>50</b>	800	1 000	1 200	Не знайдено	600
		3 000	44 600	90 800	102 400	56 400

На основі отриманих результатів експериментальних досліджень, можна зробити такі висновки:

- відповідно до ДСТУ 4635:2006 за вмістом води та жиру показники усіх зразків не перевищують норму;
- масова частка хлориду натрію у зразках 1–4 – в нормі, зразок 5 (ТМ «СЛАВІЯ») – дещо перевищує норму;
- крохмаль був присутній у всіх досліджуваних продуктах, крім зразка 2 (ТМ «Весела корівка»), але наявність крохмалю зазначено лише на етикетці сирного продукту (ТМ «Тульчинка»);
- кількість МАФАНМ у зразка 1 і 2 не перевищує норми; у зразку 3 виросла така кількість мікроорганізмів, яка заповнила всю площу чашки Петрі, тому не вдалося визначити результат; інші зразки у декілька разів більші за норму. У зразку 4 (ТМ «Ферма») грибів не знайдено, але всі інші мають велику кількість грибів. Всі зразки перевищують дозовану норму дріжджів. Загалом, наявність дріжджів та пліснявих грибів у готовому продукті може свідчити про вторинне забруднення плавлених сирних продуктів.

Таким чином, усі дослідні зразки плавлених сирів не відповідають нормам згідно вище вказаних фізико-хімічних та мікробіологічних показників якості. Проте слід зазначити, що

плавлений сир ТМ «Весела Корівка», відповідає нормам за фізико-хімічними показниками, однак перевищує норма грибів і дріжджів. Для об'єктивної оцінки якості плавлених сирів за фізико-хімічними та мікробіологічними показниками якості, потрібно проводити більш розгорнуті фізико-хімічні та органолептичні дослідження властивостей сировинних матеріалів і, головне, кінцевого продукту. Успішний контроль за виробництвом був би немислимий без таких регулярних випробувань.

### **Список використаних джерел**

1. Покровский А. А. Химический состав пищевых продуктов: Справочные таблицы содержания основных питательных веществ и энергетической ценности пищевых продуктов / под ред. А. А. Покровского. – Москва : Пищевая промышленность, 1976. – 355 с.
2. Тылкин В. Б. Сыры / В. Б. Тылкин. – Москва, 1966. – 62 с.
3. Сири плавлені. Загальні технічні умови : ДСТУ 4635:2006. – [Чинний від 2007–07–01]. – Київ : Держстандарт України, 2007. – 18 с. – (Державний стандарт України).

## **СЕКЦІЯ 21. ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ**

---

### **ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ**

*Н. С. Шпіка, ТКД 42і*

*Ю. О. Басова, к. т. н., доцент – науковий керівник*

Конкурентоспроможність – це комплексна характеристика товару, яка визначає його переваги на ринку порівняно з аналогічними товарами-конкурентами за ступенем задоволення потреби та витратами на це задоволення. Крім того, конкурентоспроможність – порівняльна характеристика товару, що містить комплексну оцінку всієї сукупності виробничих, комерційних, організаційних і економічних показників тощо [1–3].

Метою даної роботи є оцінювання конкурентоспроможності жіночого одягу, а саме жіноче плаття вітчизняного виробництва. Для дослідження конкурентоспроможності жіночого одягу було

взято 4 зразки жіночого плаття виробництва компанії «Tanita-Romario» [4]:

1 зразок – візерункове вільне плаття А-подібного силуету з прорізними кишенями в рамку, довжиною 85 см виготовлене із неоперену;

2 зразок – плаття прилягаючого силуету з принтом з довгим рукавом та коміром «стійка» довжиною 89 см, виготовлене із м'якого еластичного трикотажу;

3 зразок – довге плаття (довжина 150 см) з рукавом 3/4, низ якого оздоблений манжетою, виготовлене із трикотажу.

Базовий зразок – коротке плаття довжиною 79 см, виготовлене із крепу із зернистою скруткою та мережива.

Для оцінювання конкурентоспроможності жіночого плаття були проаналізовані вимоги до жіночого плаття та визначені їх найбільш вагомі показники за допомогою розробленої анкети методом ранжування [5, 6] (табл. 1).

Результати анкетування показали, що споживачів приваблюють різні властивості жіночого одягу. Так, найбільший коефіцієнт вагомості мають показники можливість хімічної чистки, прання, прасування (0,16) та зручність використання (0,15). Далі властивості розподілилися в такому порядку: відповідність моді (0,14); відповідність матеріалів, що використовуються, функціональному призначенню (0,13); статична відповідність (0,12); відповідність виробу основному функціональному призначенню (0,11); чіткість і виразність виконання товарних знаків і ярликів (0,10) та рівень обробки і оздоблення виробу (0,09). Усі перераховані показники мають істотне значення при оцінюванні конкурентоспроможності жіночого плаття.

**Таблиця 1 – Розрахунок коефіцієнта вагомості**

№ з/п	Найменування властивості	Рангова оцінка експертів (бали)					Сума рангів ( $\Sigma R$ )	Коеф. вагомості ( $L_i$ )
		1	2	3	4	5		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Відповідність виробу основному функціональному призначенню	4	4	3	5	3	19	0,13
2	Відповідність матеріалів, що використовуються, функціональному призначенню	4	3	3	4	3	17	0,11

Продовж. табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
3	Можливість хімічної чистки, прання, прасування	3	4	4	4	3	18	0,16
4	Статична відповідність (посадка виробу на фігурі)	4	3	5	4	4	20	0,12
5	Зручність використання	4	5	5	4	4	22	0,15
6	Відповідність моді	5	4	5	5	4	23	0,14
7	Рівень обробки і оздоблення виробу	3	3	2	3	3	14	0,09
8	Чіткість і виразність виконання товарних знаків і ярликів	3	2	4	3	3	15	0,10
	Всього						148	1

З метою достовірності отриманих результатів були розраховані коефіцієнти узгодженості експертних оцінок. Думки опитованих виявилися узгодженими на 86 %.

Рівень якості жіночого плаття визначали за формулою (1)

$$Я_e = \sum_{i=1}^n a_j \cdot i_j, \quad (1)$$

де  $a_j$  – коефіцієнт вагомості  $j$ -го параметру річного показника;

$i_j$  – оцінка  $j$  параметра;

$n$  – число параметрів в оцінюванні.

Розрахунок рівня конкурентоспроможності здійснювали за формулою:

$$K = \frac{Я_e}{Ц}, \quad (2)$$

де  $Я_e$  – відносний рівень якості;

$Ц$  – відносний показник ціни споживання.

В результаті оцінювання рівня якості зразків жіночого плаття було встановлено, що зразок 1 має рівень якості 16,02, зразок 2 – 15,12 і зразок 3 – 13,95. Далі була проведена оцінка конкурентоспроможності жіночого плаття (табл. 2).

**Таблиця 2 – Оцінка конкурентоспроможності жіночого плаття**

Модель зразка	Показник конкурентоспроможності	Характеристика рівня якості
Базовий зразок	100	Відмінно
Зразок 2	93,28	Добре
Зразок 1	84,26	Задовільно
Зразок 3	79,53	Задовільно

Таким чином, здійснивши оцінювання конкурентоспроможності жіночого плаття вітчизняного виробництва було встановлено, що високий рівень конкурентоспроможності має зразок 2 – 93,28; задовільний – зразки 1 (84,26) та 3 (79,53).

### **Список використаних джерел**

1. Губа Л. Н. Конкурентоспособность кожгалантерейных изделий / Л. Н. Губа, Ю. А. Басова // Развитие бухгалтерского учета, анализа и аудита в условиях международной экономической интеграции: теория, методология, методики : сб. науч. статей Междунар. науч.-практ. конф. (г. Гомель, 15–16 окт., 2015 г.). – Гомель, БТЭУПК. – Ч. 2. – С. 29–33.
2. Липчук В. В. Маркетинг : основи теорії та практики : навч. посіб. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль. – 3-тє вид., випр. і допов. – Львів : Магнолія-2006, 2008. – 288 с.
3. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие / И. М. Лифиц. – Москва : Высш. образование, 2007. – 390 с.
4. Офіційний сайт виробника Tanita Romario [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tanita-romario.ua>. – Дата звернення : 12.05.2016.
5. Теоретичні основи товарознавства : підручник / І. М. Байдакова, Л. І. Байдакова, Л. М. Губа, В. Я. Плахотін, О. В. Шегінський. – Луцьк : РВВ ЛНТУ, 2016. – 284 с.
6. ДСТУ 3047–95. Тканини та вироби ткани поштучні. Класифікація та номенклатура показників якості. – [Чинний від 1996–01–01]. – Київ : Держстандарт України. – 21 с

## **ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО АСОРТИМЕНТУ МОЛОДІЖНОГО ВЗУТТЯ**

**Я. В. Кордубан, ТКД-42 і**

**Г. Д. Кобищан, к. т. н., доцент – науковий керівник**

Останнім часом ринок взуття насичується новими різновидами, які мають свої власні назви, а їх ознаки не систематизо-



вані і до цього часу не включені до товарознавчої або торгової класифікації. Метою даної статті є дослідження структури асортименту жіночого молодіжного взуття та аналітичний огляд його сучасних різновидів.

Характеризуючи сучасний стан ринку взуття слід зазначити, що обсяги виробництва взуття в Україні знижуються [1]. Незважаючи на чисельні невеликі майстерні, які з'явилися в країні за останній рік на хвилі моди на все українське, галузь поки що перебуває у такому ж стані, як і вся економіка країни [1].

Основним імпортером взуття експерти називають Китай, на частку якого припадає, за оціночними даними, 80–90 % імпорту. Незначна частка припадає на імпорт з Польщі та Італії, проте в Україну офіційно імпортується дуже мало взуття [2].

Найбільша кількість вітчизняних виробників взуття зосереджена у Львівській та Харківській областях.

В магазині «Імперія взуття» м. Полтава представлено жіноче взуття лише вітчизняного виробництва. Магазин співпрацює з такими постачальниками, як:

- фірма ТОВ «Дніпро» м. Дніпропетровськ;
- компанія «Меркурій» м. Дніпропетровськ;
- ЗАТ «ЯС» м. Харків;
- ВАТ «Аміда» м. Харків;
- «Євротекс М» м. Київ.

Структура асортименту взуття за видами сировини представлена у такому вигляді: половину взуття виготовлено із шкіри ВРХ – 50 %. Іншу частину складають вироби з верхом із нубука (14 %), велюра (20 %) та шевро (16 %).

В асортименті магазину представлено практично всі класичні види взуття, при чому найбільшу частку займають чоботи – 30 %, а далі чобітки – 18 %, туфлі – 10 % та напівчеревики – 10 %. Такий видовий розподіл з переважанням зимового асортименту взуття пояснюється періодом, упродовж якого проводилось дослідження – листопад 2015 р.

Важливо було також дослідити асортимент взуття за видами декорування. Встановлено, що в магазині «Імперія взуття» представлено вироби з такими видами декорування, як шиття, аплікація, вишивка, набивання металу, тиснення.

Значну частку в асортименті магазину займає взуття, декороване набиванням металу – 30 % та декоративними строчками – 26 %, а меншу аплікацією – 16 % та вишиванням – 16 %.

В ході аналізу модних тенденцій сучасного молодіжного взуття, що представлене на ринку, встановлено наступне.

Торгівля сьогодні пропонує велику кількість різновидів черевиків (челсі, тімберленди), напівчеревиків (кріпери, броги, дербі), туфель (еспадрильї, топсайдери, монкі) та інші.

Розглянемо більш детально основні ознаки вказаних різновидів.

*Челсі* – це шкіряні черевики висотою до щиколотки, з тонкою підошвою, трохи загостреним і округленим носком. Характерна відмінність різновиду – наявність гумових вставок з боків, що йдуть від самого верху черевика майже до підошви. Найчастіше колір цього виду взуття – чорний.

*Тімберленди* (взуття Timberland) – це характеристика не тільки високої якості, але і показник стилю. Спочатку взуття «Timberland» було популярне в пішохідному туризмі, альпінізмі, тепер і у повсякденних прогулянках [3]. Тімберленди представляють собою черевики світло-жовтого кольору, виготовлені із світлої натуральної шкіри солом'яного відтінку, найчастіше нубу, на рифлений цільноформований підошві з транспарентної гуми.

*Кріпери* – це напівчеревики, як правило стилю «унісекс», виготовлені із замші або велюру, на шнурівці або іншій застібці, із настрочними берцями та овальною вставкою на союзці. Основною ознакою такого різновиду є масивна, товщиною в кілька сантиметрів формована підошва-платформою із пористої гуми.

*Броги* – класичні чоловічі напівчеревики з настрочною союзкою, фігурним настрочним носком та перфорацією на союзці. Характерною особливістю даного різновиду є фігурний носок та перфорація, часто поєднана із декоративною строчкою. Від чоловічих брогів пізніше були створені жіночі, які можуть бути навіть на підборах.

*Дербі* – це модель напівчеревиків із настрочними берцями та відкритим шнуруванням. Тому, коли шнурки розв'язані – боковини вільно розходяться. Взуття дербі характеризується як універсальне за стилем.

*Еспадрильї* – це різновид туфель, який є традиційним селянським взуттям стилю «унісекс» з Каталонії [3]. Вони представляли собою сандалі з полотняним верхом на мотузяній підошві, вкритій смолою для міцності. Це суто літнє взуття, його носять на босу ногу.

*Сліпони* – це легкі кеди без шнурівки. Складаються з парусинового верху та гумової підошви. Як правило, сліпони виготовляються з легких і практичних матеріалів (бавовни, деніму, парусини), але зустрічаються і варіанти зі шкіри, тонкого хутра та інших матеріалів. Різняться і підошва – від рівної гумової у класичних моделях до підошви з яскраво вираженим протектором у спортивних. Сліпони були створені в 1977 році, як легке спортивне взуття для серфінгу [3].

*Топсайдери* – напівчеревики або туфлі крою типу мокасин. Їх особливість – біла підошва, тому що спочатку вони призначалися для носіння на палубах яхт, де світла підошва не залишає слідів на білій палубі. Топсайдери зазвичай жорсткі і негнучкі, спереду шнуруються через чотири дірки і вздовж всієї задньої частини мають протягнутий шнурок.

*Снікери* – це черевики або напівчеревики тапу «кросівок», призначених не для спорту, а для повсякденного носіння. Вони легші, мають плоску, а не гофровану підошву, жіночі часто мають танкетку і більш креативне яскраве забарвлення.

*Монкі* – різновид напівчеревиків, назва яких походить від англійського слова «monk» – монах. Таке взуття у XI столітті носили монахи. Надалі більш ніж практичне взуття переходить в розряд елітного.

*Оксфорди* – класичні туфлі. У них три або чотири пари дірочок для шнурків, язичок, що захищає ногу від тиску шнурівки, шов з боків і низький набірний каблук. Ключовий елемент оксфордів – закрита шнурівка, коли шнурки простягають через петельки, пришиті зсередини. Класичними кольорами оксфордів є чорний і коричневий.

*Лофери* – це різновид туфлів без шнурівки. Основною ознакою такого взуття є видовжений язичок, прикрашений шкіряним «пензликом» або дрібною бахромою, що є фірмовим елементом класичних лоферів від Gucci.

Таким чином, в магазині «Імперія взуття» м. Полтава реалізується широкий асортимент жіночого взуття, в якому переважають вироби із верхом із шкіри ВРХ та декоровані набиванням металу або декоративною строчкою.

Новизна асортименту в магазині становить 7 % від усього асортименту, і представлено переважно такими сучасними різновидами, як сліпони, снікери та оксфорди.

## Список використаних джерел

1. Статистичний бюлетень Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Київ : Лібра, 2014. – С. 69. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрана.
2. Огляд ринку. Вітчизняне взуття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://msb.aval.ua/news/?id=24842>. – Назва з екрана.
3. Найповніший список сучасних видів жіночого взуття. Всі види жіночого взуття: від босоніжок до тімберлендів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zhinku.info/moda/trends/7329>. – Назва з екрана.

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ КОСМЕТИНИХ ЗАСОБІВ ПО ДОГЛЯДУ ЗА ШКІРОЮ

**А. В. Синьогіна, ТКД 41 і**

**Ю. О. Басова, к. т. н., доцент – науковий керівник**

Ринок косметичних товарів України, на теперішній час, динамічно розвивається. За останні роки відбулося помітне насичення внутрішнього ринку різноманітними товарами вітчизняного виробництва. В цих умовах гостро постають питання якості такої продукції, її безпеки для споживача і навколишнього середовища [1].

Метою роботи стало дослідження якості кремів для ніг вітчизняного виробництва на відповідність вимогам нормативним документам.

Косметичні креми повинні виготовлятися відповідно до вимог діючих нормативних документів, які узгоджені з Міністерством охорони здоров'я України та технологічними регламентами щодо санітарних норм і правил [2–4].

Об'єктом дослідження обрано креми для ніг. Їх відмінністю від інших кремів є наявність більшого вмісту компонентів, таких як масло какао, сечовина, гліцерин та ефірні олії, так як шкіра стоп потребує більш інтенсивного живлення, ніж інші частини тіла через відсутність сальних залоз. Для проведення дослідження було обрано три зразки зволожуючих кремів для ніг різних торгових марок, що реалізуються в торговельних мережах м. Полтави:

Family Doctor – крем-догляд для ніг «Активне живлення», виробник ТОВ «ФНДЦ “Альянс краси”», 75 мл.

Salon Spa – крем для ніг живильний, виробник ПП «Фарматевтична фабрика “НПО “Ельфа”», 150 мл.

Dr. Sante – живильний крем для ніг «Ніжні ніжки», виробник ПП «Фарматевтична фабрика «НПО “Ельфа”», 90 мл.

Дослідження якості кремів для ніг здійснювалося у декілька етапів.

На першому етапі була здійснена перевірка їх маркування та пакування відповідності вимогам ДСТУ 5010:2008 [5]. На усіх досліджуваних зразках кремів для ніг було нанесене маркування відповідно до вимог ДСТУ 5010:2008 [4]. Всі представлені зразки кремів для ніг мають досить яскраве оформлення. Основна інформація на продукт нанесена. Маркування споживчої таричітке, добре сприймається під час читання. Але є певні зауваження. На двох зразках склад продукту написаний іноземною мовою. Особливі застережні заходи було вказано лише на одному зразку – крем Family Doctor.

Наступним етапом дослідження була перевірка пакування згідно ДСТУ 5010:2008 [4]. Досліджувані зразки упаковані у полімерну тубу з поліпропілену, як і встановлено вимогами до парфумерно-косметичних виробів густої консистенції [4, пп. 4.1.2]. Зовнішнє покриття упаковок було у вигляді друкованого зображення, туби без тріщин та іноридних включень.

Заключним етапом дослідження кремів для ніг була перевірка якості за органолептичними показниками. Органолептична оцінка якості включала перевірку показників зовнішній вигляд, колір, запах згідно ДСТУ 4765-2007 [5]. В тому числі, креми для ніг були оцінені за показниками, які не нормуються нормативним документом, але мають велике значення при їх виборі споживачами. Додатковими показниками є зволожуючий, пом’якшувачий, стягуючий ефект, спроможність вбиратися.

**Таблиця 1 – Характеристика органолептичних показників якості косметичних кремів для ніг**

Назва показника	Крем Family doctor	Крем Dr. Sante	Крем Salon Spa
Зовнішній вигляд	Однорідна маса без сторонніх домішок		
Колір	Білий	Білий	Насичений жовтий

Назва показника	Крем Family doctor	Крем Dr. Sante	Крем Salon Spa
Запах	Приємний, з заявленим на пакуванні ароматом чайного дерева	Приємний косметичний	Дуже специфічний, злегка непримний, різкий
Спроможність вбиратися	Вбирається швидко, не залишаючи плівки	Вбирається повільно, залишаючи ефект воскової плівки на стопах	Вбирається швидко, без ефекту плівки
Зволожуючий та пом'якшуючий ефект	Злегка пом'якшує шкіру, шкіра стає на деякий час ніжною	Злегка пом'якшує шкіру	Чудово зволожує, дає помітний пом'якшуючий ефект після використання
Стягуючий ефект	Відсутній	Відсутній	Відсутній

Досліджувані органолептичні показники кремів для ніг «Family doctor» та «Dr. Sante» відповідають вимогам ДСТУ 4765-2007 «Креми косметичні. Загальні технічні умови» [5]. Крем «Salon Spa» за показником «запах» дещо відрізняється від вимог стандарту, але він найбільше задовольнив вимоги споживачів, які не нормуються стандартом. Крем для ніг торгової марки «Dr. Sante» не впорався зі своїми основними функціями – зволожувати шкіру та здатність вбиратися.

Висновки. Встановлено, що досліджувані зразки в цілому відповідали вимогам ДСТУ 5010:2008 «Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання» [4] щодо пакування та маркування. У зразках Salon Spa та Dr. Sante склад кремів був написаний не державною мовою, що не допускається. За органолептичними показниками усі зразки кремів для ніг відповідали вимогам ДСТУ 4765-2007 «Креми косметичні. Загальні технічні умови» [5].

### Список використаних джерел

1. Маслова А. С. Маркетингові дослідження косметичного ринку України / Маслова А. С., Чмихало Н. В. – Режим доступу:

- <http://socpharm.nuph.edu.ua/files/2015/05/92.pdf>. – Дата звернення. 12.05.2016.
2. Хребтань О. Б. Дослідження якості та безпечності косметичних кремів для рук / О. Б. Хребтань, А. М. Кучинська. – Режим доступу: <http://ts-vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcls&id=239>. – Дата звернення. 12.05.2016.
  3. Товарознавство непродовольчих товарів : підручник / за ред. Л. Г. Войнаш. – Київ : НМЦ Укоопосвіта, 2004. – Ч. 2. – 532 с.
  4. Вилкова С. А. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров : учебник / С. А. Вилкова. – Москва : Изд. дом «Деловая литература», 2000. – 286 с.
  5. Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання : ДСТУ 5010:2008 / [Чинний від 2009-01-01]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2009. – III, 6 с. – (Національний стандарт України).
  6. Креми косметичні. Загальні технічні умови : ДСТУ 4765:2007 / [Чинний від 2009-01-01]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2008. – III, 7 с. – (Національний стандарт України).

## **СЕКЦІЯ 22. ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ**

### **ЯКІСТЬ ОРГАНІЧНИХ КИСЛОМОЛОЧНИХ НАПОЇВ ТМ «ORGANIC MILK»**

**В. В. Герасименко, ТКД-42i**

**В. О. Назаренко, к. т. н., доцент – науковий керівник**

В багатьох країнах світу все більшою популярністю користується органічна продукція, яка відрізняється відсутністю шкідливих речовин, смаковими властивостями вищою харчовою цінністю. Органічна молочна продукція (як закордонного, так і вітчизняного виробництва) почала все частіше з'являтися і на полицях українських магазинів.

Метою досліджень було з'ясування особливостей виготовлення органічних кисломолочних напоїв та оцінювання їх якості якості. Дослідження проводились за органолептичними та фізико-хімічними показниками, визначалась категорія якості. Об'єктами дослідження були йогурт, кефір та ряжанка ТМ «Organic Milk», які реалізуються в гіпермаркеті «Велмарт» м. Полтава.

Органічна продукція – це продукція, сільського господарства та харчової промисловості, виготовлена відповідно до затверджених правил (стандартів), які передбачають мінімізацію використання пестицидів, синтетичних мінеральних добрив, регуляторів зростання, штучних харчових добавок, а також забороняють використання ГМО.

Органічна сировина для виготовлення органічних продуктів харчування надходить із перевірених джерел: у ґрунт, на якому вирощуються сільськогосподарські культури, протягом 3 років заборонено вносити будь-які речовини хімічного походження. Тільки по закінченню цього, так званого, перехідного періоду продукція отримує статус органічної.

Результати дослідження якості органічних кисломолочних напоїв за органолептичними і фізико-хімічними показниками довели їх відповідність вимогам державних стандартів, а саме: йогурт – ДСТУ 4343: 2004 «Йогурти. Загальні технічні умови»; кефір – ДСТУ 4417:2005 «Кефір. Технічні умови»; ряжанка – ДСТУ 4565:2006 «Ряжанка та варенець. Технічні умови».

Для визначення категорії якості дослідженої продукції проводили бальову оцінку за розробленою 10 бальною шкалою (табл. 1). За результатами оцінювання маркування напоїв було повним, чітким, відповідало вимогам. Але розміщення маркування ряжанки було незручним, як і пакування кефіру (недостатньо широке горличко пляшки).

**Таблиця 1 – Результати бальної оцінки органічних кисломолочних напоїв**

Показники	Мак оцінка, бал	Оцінка напоїв ТМ «Organic Milk», бал		
		йогурт	кефір	ряжанка
Зовнішній вигляд	1,5	1,14	1,44	1,5
Консистенція	1,0	0,6	1,0	1,0
Смак	2,0	1,36	1,6	1,84
Запах	2,0	1,44	1,68	1,76
Колір	1,5	1,2	1,44	1,5
Пакування	1,0	0,96	0,72	0,96
Маркування	1,0	1,0	1,0	0,88
Сума	10	7,7	8,88	9,44



Як бачимо з таблиці, найвища підсумкова оцінка ряжанки органічної термостатної – 9,4 бала, кефір органічний термостатний оцінений у 8,9 бала, а йогурт – 7,7 бала.

За сумою балів визначили категорію якості досліджених напоїв: йогурт органічний нежирний – середня якість; кефір органічний термостатний – висока якість; ряжанка органічна термостатна – дуже висока якість.

Таким чином, ринок органічних продуктів в Україні невпинно розвивається, але на сьогоднішній день асортимент такої продукції недостатній. Органічна продукція покращує стан здоров'я населення та зберігає навколишнє природне середовище при цьому головною її особливістю є високі споживні властивості. Якість досліджених органічних кисломолочних напоїв повністю відповідає державним стандартам за органолептичними і фізико-хімічними показниками, але смакові властивості різних продуктів неоднаково високі. Є певні проблеми також зі зручністю пакування та маркування.

## **СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ І РІВЕНЬ ЯКОСТІ МАКАРОННИХ ВИРОБІВ ГРУПИ «ЗДОРОВ'Я»**

***В. В. Миргородська, ТҚД-42і***

***В. О. Назаренко, к. т. н., доцент – науковий керівник***

Макаронні вироби в тому чи іншому вигляді споживає 96,5 % населення України. Правда, до Європи нам далеко: середній українець з'їдає дещо більше 4 кг на рік, європейець – вчетверо більше. На ринку України представлено значне розмаїття торгових марок, виробників, сортів, видів, форм і навіть кольору макаронних виробів, що споживачеві часом навіть вибрати важко. Незважаючи на таке різноманіття існуючого асортименту відбувається постійне його оновлення.

Серед сучасних напрямів вдосконалення асортименту макаронних виробів особливе місце займає група «Здоров'я».

Мета наукової роботи: дослідження споживчих властивостей і рівня якості макаронних виробів групи «Здоров'я», які реалізуються в роздрібній торговельній мережі м. Полтава

ТОВ «Мак-Вар Екопродукт» розроблена і затверджена оригінальна рецептура цілої лінійки макаронних виробів з борошна цільнозмеленого зерна грубого помелу і рослинною кліткови-

ною. Завдяки цьому макарони набули справді унікальних властивостей.

Лінійка включає 14 найменувань, які можна розділити на дві групи. Перша – макаронні вироби з рослинною клітковиною, яка виготовляється з житнього та пшеничного борошна грубого помелу. Друга – вироби з рослинними добавками. В якості добавок використовуються знежирені порошки (шроти) з насіння гарбуза, льону, амаранту, розторопші, зародка зерна, виноградної кісточки. Ці макаронні вироби мають значно вищу біологічну цінність, що дає можливість віднести їх до продуктів оздоровчого харчування.

Регулярне вживання таких макаронних виробів сприяє поліпшенню перистальтики кишечника, зниженню вмісту холестерину і цукру в крові, виведенню з організму шкідливих речовин. Властивість клітковини сповільнювати виділення цукру в кров, дозволило їх вживати і людям, страждаючим цукровим діабетом. Вироби з аналогічними властивостями постачають в роздрібну мережу і інші вітчизняні виробники.

Об'єктами дослідження були макаронні вироби ТМ «Мак-Вар Екопродукт» з борошна суцільно змеленого зерна і висіvkами (№ 1), з житнього борошна обойного та з топінамбуром (№ 6), з шротом кісточки винограду (№ 12), та локшина цільнозернова ТМ «Козуб продукт». Дослідження проводились за органолептичними та фізико-хімічними показниками, баловою оцінкою, визначалась категорія якості. Результати балової оцінки досліджених виробів представлена на рис. 1.

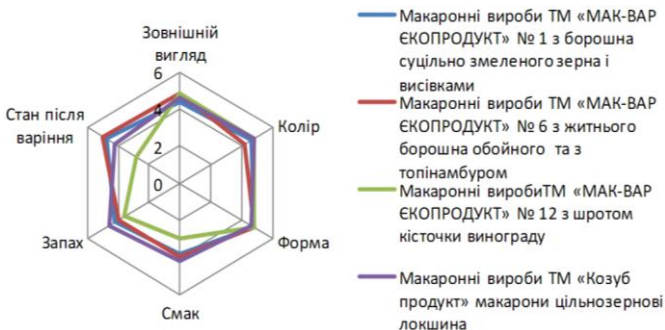


Рисунок 1 – Порівняльна балова оцінка макаронних виробів групи «Здоров'я»

Результати проведених досліджень показали, що сучасні тенденції оновлення асортименту макаронних виробів надають широкі можливості створення нових видів продукції з оздоровчими властивостями. Вироби групи «Здоров'я» є необхідною складовою сучасного асортименту, за їх доцільність і необхідність висловлюються споживачі. Досліджені вироби відповідають за якістю нормативним документам, їх кулінарні властивості і смакові якості отримали досить високу оцінку. Проте, деякі з них, зокрема з житнього борошна, потребують доопрацювання смакових характеристик.

Оскільки макаронні вироби групи «Здоров'я» мають незвичний смак, виробникам доцільно розробити різноманітні дієтичні соуси, які можуть додаватись при їх споживанні. Рецепти соусів вказувати на маркуванні.

## **БІОТЕХНОЛОГІЯ У ВИРОБНИЦТВІ МОРОЗИВА НА МОЛОЧНІЙ ОСНОВІ**

**Л. А. Шамало, БТ-31**

**А. П. Кайнаш, к. т. н., доцент – науковий керівник**

Морозиво відноситься до одного з найбільш популярних видів десерту. Високі споживчі якості цього продукту визначають постійний попит на нього. Для дослідження властивостей даного продукту було взято три зразки морозива на молочній основі.

Досліджуваний зразок № 1: морозиво «Україночка» ТМ «Три медведі».

Досліджуваний зразок № 2: морозиво «Белая Бяроза» ТОВ «Ласунка».

Досліджуваний зразок № 3: морозиво «Ескімо» Житомирський холодокомбінат «Рудь».

При фарбуванні за Грамом в усіх зразках («Україночка» ТМ «Три ведмеді», «Белая Бяроза» ТМ «Ласунка» та морозиво «Ескімо» Житомирський холодокомбінат «Рудь») були виявлені Гр+ та Гр-бактерії, паличкоподібної форми, які розташовувалися поодинокі або попарно, дрібні 1–3 мкм, середні

3–5 мкм та за розміром, споро утворюючі, з центральним розташуванням спор.

Аналізуючи отримані результати, треба зазначити, що лише один із досліджуваних зразків за показниками кількості МАФАНМ, відповідав вимогам стандарту ДСТУ 4733:2007 «Морозиво на молочній основі. Загальні технічні умови». Особливо ці порушення стосувалися наявності бактерій групи кишкових паличок (коліформи) та *Staphylococcus aureus*, які згідно із стандартом не дозволялися взагалі.

При проведенні органолептичних досліджень проводилась дегустація. Досліджувалися такі органолептичні показники: колір, смак, запах, консистенція. Оцінювання проводилося за 20-ти бальною шкалою. Максимальні бали за показниками: колір – 3, смак – 8, запах – 4, консистенція – 3. Результати бальної оцінки зразків видно в табл. 1.

**Таблиця 1 – Результати бальної оцінки якості морозива**

Показник	Максимальна кількість балів	Зразок № 1 ТМ «Три ведмеді»	Зразок № 2 ТМ «Ласунка»	Зразок № 3 ТМ «Рудь»
Колір	3	2	3	2
Смак	8	6	8	5
Запах	4	3	3	2
Консистенція	5	3	5	2
Загальна кількість балів	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>11</b>

В даній роботі після проведення лабораторних досліджень було виявлено, що досліджуванні зразки (морозиво «Україночка», морозиво «Белая Бяроза» ТОВ «Ласунка», «Ескімо» Житомирський холодокомбінат «Рудь»), за показниками МАФАНМ, кількістю грибів та дріжджів не відповідають вимогам ДСТУ 4733:2007 «Морозиво на молочній основі. Загальні технічні умови». При дегустації найсмачнішим виявилось морозиво «Белая Бяроза» ТОВ «Ласунка».

## СЕКЦІЯ 23. ЗАГАЛЬНОІНЖЕНЕРНІ ДИСЦИПЛІНИ

---

### ВПЛИВ ТЮТЮНОВОГО ДИМУ НА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ

**В. В. Бугайчук, ТЕМС-11**

**З. М. Гайворонська, к. т. н., доцент – науковий керівник**

Починаючи з середини ХХ сторіччя, після ретельного дослідження всіх чинників, які впливають на смертність, виявилися вражаючі масштаби смертності, яку спричиняє тютюн. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я від паління щорічно вмирає 5 млн людей, на жаль, з кожним роком ця цифра зростає. Тому метою роботи було провести на підставі літературного огляду аналіз впливу тютюнового диму на навколишнє середовище, живі організми і людей та з'ясувати відношення студентської молоді до паління та його наслідків.

Для кращого розуміння проблеми розглянемо, що ж міститься у сигаретах та тютюновому димові, чому паління так негативно впливає на навколишнє середовище та людину. Вивчення складу тютюнового диму показало, що він містить в газоподібній, твердій та рідкій формах хімічні сполуки, які мають канцерогенні та токсичні властивості. Канцерогенну дію мають такі речовини, як формальдегід, гідразин, хлористий вініл, уретан, 2-нітропропан, хінолін, нітрозаміни, карбоніл нікелю, бенз(а)пірен, 5-метилхризен, полоній-210. Хімічні сполуки з токсичною дією – це кадмій, окиси вуглецю, азоту, ціаністий водень, акролеїн, ацетальдегід, можливий свинець(1). До речі, майже весь промисловий тютюн, який вирощують в Україні, генетично модифікований. Та атмосфера, яку створює для себе, той хто палить, в сотні тисяч разів перевищує забруднення будь-якого металургійного чи хімічного комбінату, про те люди свідомо вдихають таке повітря. Людина що палить, вдихає повітря, забруднення якого в 384 000(!) разів перевищує всі гранично допустимі норми.

На жаль, той хто палить не розуміє, що він труїть не тільки себе, а і все, що його оточує. Величезної шкоди завдає пасивне паління або як його ще називають «примусове», коли людина, що не палить, змушена вдихати отруєне тютюновим димом

повітря. Вчені говорять, що вдихати тютюновий дим у чотири рази шкідливіше, ніж вихлопні гази безпосередньо з вихлопної труби автомобіля. Легені людини, яка не палить, за своєю природою призначені споживати атмосферний кисень та виділяти вуглекислий газ. Однак, під час паління кисень поглинається з чадним газом та багатьма іншими шкідливими речовинами, які утворюються в процесі спалювання тютюну.

Вплив пасивного куріння на організм може бути як короткостроковим, так і довгостроковим. При одноразовому впливі всі шкідливі компоненти диму досить швидко виводяться з організму і знешкоджуються. Тривала дія диму може спровокувати кашель, задишку, приплив крові до грудей, головний біль, свистяче дихання, біль у горлі. Тютюновий дим може також викликати запаморочення, слабкість, дратувати очі.

Регулярне вдихання тютюнового диму вдвічі збільшує ризик розвитку раку легенів і серцево-судинних захворювань, туберкульозу. При пасивному та активному палінні значно підвищується ризик розвитку хронічної обструктивної хвороби легень, що викликає проблеми з диханням.

Діти дуже вразливі до впливу сигаретного диму. За дослідженнями в Україні в крові п'ятдесяти відсотків дітей міститься котонін – продукт розпаду нікотину. Хімічні компоненти диму, що вдихаються матір'ю, проникають у грудне молоко. У немовлят при пасивному курінні також можуть розвиватися серйозні інфекційні захворювання дихальних шляхів. Пасивне куріння у дітей може викликати астматичний напад. Вчені вважають, що більшість легеневих інфекцій (бронхіт, пневмонія) у дітей молодше півтора року розвивається через регулярне вдихання сигаретного диму. Дитина від матері, яка активно або пасивно курить, найчастіше народжується зі зниженою функцією легенів.

Враховуючи негативний вплив тютюнового диму на здоров'я людини і навколишнє середовище та з метою з'ясування відношення молоді до цієї проблеми було проведено анкетування групи студентів 1 курсу ПУЕТ із 12 чоловік, які мешкають у гуртожитку. До анкети були включені наступні питання:

1. Ти палиш?

- а) так;
- б) ні.

2. Як ти відносишся до людини, яка палить?
  - а) я сам(а) палю, тому для мене це норма;
  - б) негативно, адже це шкідливо.
3. Скільки років Ви палите?
  - а) менше 1 року;
  - б) більше двох;
  - в) більше п'яти.
4. Чи знаєте Ви, що паління шкодить навколишньому середовищу?
  - а) так;
  - б) ні.
5. Чи замислювались Ви над тим, щоб покинути цю згубну звичку?
  - а) так;
  - б) мене все влаштовує, я буду палити і надалі.
6. Чи відчули Ви зміни у стані свого здоров'я, коли почали курити? Якщо так, то які?
  - а) так;
  - б) ні.
7. Які сигарети Ви палите?
  - а) сильні;
  - б) слабкі.
8. Чому серед інших сигарет Ви обрали саме такі?
  - а) вони не такі шкідливі, як інші;
  - б) я курю їх постійно;

Аналіз проведеного анкетування показав, що половина опитаних студентів постійно палить і більшість з них віддає перевагу більш слабким сигаретам, сподіваючись, що це не так шкодить здоров'ю.

Відповідь на третє питання показала, що дві третини тих, хто палить, почали курити у вузі, проживаючи у гуртожитку.

На підставі відповідей на 5 та 6 питань можна зробити висновки, що хоча у частини студентів з'явилися у здоров'ї відхилення від норми (задишка, порушення артеріального тиску, проблеми з серцем), тільки половина з них замислюється над тим, щоб покинути цю згубну звичку.

Проведене анкетування дозволяє зробити висновки, що більшість студентів не усвідомлюють наслідків паління для здоров'я свого та оточуючих, для навколишнього середовища. Необхідно ширше пропагувати здоровий спосіб життя, формувати у студентської молоді активну життєву позицію.

## Список використаних джерел

1. Безпека продовольчої сировини і харчових продуктів : підручник / Т. М. Димань, Т. Г. Мазур. – Київ : ВЦ «Академія», 2011. – 520 с.

## FOOD-ДИЗАЙН – НОВИЙ НАПРЯМ У ДИЗАЙНІ ХХІ СТОЛІТТЯ

**Р. О. Малішевський, ГРС-12;**

**А. С. Свириденко, ліцей № 1, І-21**

**Л. М. Страшко, к. арх., доцент – науковий керівник**

Об'єктом проведеного наукового дослідження є «Дизайн їжі» або «Food-дизайн» – як сучасне мистецтво та один з нових напрямів у дизайні ХХІ століття.

Актуальність теми обґрунтовується:

1. Важливістю вивчення новітніх досягнень науки, інноваційних технологій для ефективного їх використання у майбутній професійній діяльності, підвищенні конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

2. Новим змістом терміну «Food-design», який у сучасній Європі означає не тільки сукупність естетичних прийомів, а й цілісну культурно-філософську концепцію, що містить у собі комплексний підхід до презентації та виготовлення блюд або продуктів харчування, співпрацю та обмін досвідом між різними спеціалістами: дизайнерами, технологами і шеф-кухарами. Відтак їжа, як одна з найдавніших форм самовираження, перетворюється на об'єкт і засіб комунікації.

Аналіз і дослідження Food-дизайну в роботі проводились із використанням ключових слів, зафіксованих у офіційному маніфесті «Food-Design» (2006 р.), який розробив автор напрямку «Дизайн їжі» Паоло Барікелла (Paolo Barichella): *функціональність, ергономічність, практичність, технологічність, прогрес, інновативність*.

Мета наукової роботи: вивчення особливостей і основних тенденцій сучасного Food-дизайну для покращення фахової підготовки та використання в подальшій професійній діяльності.

Основні завдання наукової роботи:

- отримати і донести нові знання про Food-дизайн;
- вивчити концептуальні підходи у світовій практиці Food-дизайну;
- проаналізувати сучасний стан та перспективи розвитку Food-дизайну на Україні.



Досліджуючи дану тему, ми з'ясували, що розрізняють наступні концептуальних підходи у Food-дизайні:

1. «**Дизайн навколо їжі**» – проектування інтер'єрів та предметів обстановки підприємств харчування, дегустаційних залів, що базуються на певній гастрономічній тематиці.

2. «**Дизайн і їжа**» – дизайн продуктів із їстівних матеріалів.

3. «**Дизайн для їжі**» – дизайн предметів, необхідних для споживання їжі.

4. «**Eating дизайн**» – дизайн процесу споживання їжі.

Слід зазначити що професійний **Food-дизайн** поєднує у собі дизайн як самих блюд, так і пакування для продуктів, текстилю і посуду, інтер'єру закладів харчування, сервірування столу, маркетинг. У багатьох випадках **Food-дизайн** також включає елементи фотографії і журналістики (для гастрономічних видань, журналів, кулінарних книг, для ресторанних довідників тощо).

*Розгляд сучасних тенденцій «Eating дизайну» показав, що новий підхід до створення продуктів, проведення заходів, де їжа виступає в головній ролі, став причиною утворення кількох його напрямів:*

1. **Food Fashion Show** – шоу-показ (дефіле) колекції арт-об'єктів, втілення і злиття образу моделі і гастрономії.

2. **Food Art Show (Art Hostess)** – шоу, перформанси, інсталяції з використанням їжі, залученням стилістів, акторів, танцівників і дизайнерів.

3. **Food Marketing** – створення їстівних рекламних образів, арт-об'єктів з їжі, декорацій; презентація продукту чи послуги через food-графіку; створення апетитного панно чи продукту, який підкреслює унікальність бренду компанії.

В ході виконання наукової роботи, виявлені характерні риси і особливості сучасного Food-дизайну в Україні:

– вивчення та поширення світового досвіду Food-дизайну (проведення фестивалів, майстер-класів за участю запрошених відомих фахівців з Європи);

– актуалізація і популяризація засобами Food-дизайну ідеї збереження не тільки екологічного середовища, а і духовної та культурної ідентичності;

– спрямованість на поширення ідей здорового способу життя, зокрема здорового харчування.

На розвиток сучасного Food-дизайну в Україні, впливає діяльність численних об'єктів готельно-ресторанного бізнесу та їх «прогресивна» конкуренція, яка сприяє підвищенню якості послуг, просуванню сучасних технологій, збагаченню палітри вражень, емоцій, відчуттів, які отримують споживачі.

Вивчення особливостей і основних тенденцій сучасного **Food-дизайну** дозволяє зробити наступні висновки:

1. **Food-дизайн** – новий напрям дизайну, що покликаний змінити існуюче уявлення про їжу і дизайн, по-новому подивитися на продукти харчування, процес приготування їжі, її подачу і пакування.

2. **Food-дизайн** має не тільки культурно-розважальний, а й освітній характер, чим сприяє зростанню культури споживання, розповсюдженню світових стандартів, інтеграції бізнесу і творчості.

3. **Food-дизайн** – унікальний інструмент для бізнесу, який здатен надати ринку дизайну безмежний творчий потенціал.

4. Оскільки світовий Food-дизайн переживає новий етап свого розвитку, демонструючи нові принципи формотворення, оригінальні концепції, дослідження у сфері Food-дизайну є перспективними та корисними для покращення професійної підготовки.

### Список використаних джерел

1. Креативная концепция растущей еды [Електронний ресурс]: стаття. – Режим доступу: <http://stalker-zona-tvorchestva.ru/articles/> – Назва з екрана.
2. Манифест Del Food Design [Електронний ресурс]. – Мілан, 2006. – Режим доступу: <http://www.lafooddesign.org/docs/biblioteca>. – Назва з екрана.
3. Степанов А. В. Фуд-дизайн как инновационное направление подготовки педагогов профессионального обучения / Степанов А. В., Степанова Т. М. // Инновационные процессы в образовании: стратегия, теория и практика развития : материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. – Екатеринбург, 2013. – Т. 1. – С. 227–229.
4. Food design или фуд-дизайн [Електронний ресурс]: стаття. – Режим доступу: <http://prolite.ru/2012/11/07/food-design>. – Назва з екрана.
5. Явление фуд-дизайна [Електронний ресурс]: стаття. – Режим доступу: <http://alwaysbusymama.com/zdorove/interesno/item/1197-yavlenie-fud-dizajna.html>. – Назва з екрана.

## ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПРОЕКТУВАННЯ WEB-САЙТІВ

**Т. С. Сапа, ГРС-11**

**О. В. Ольховська, к. ф.-м. н., асистент – науковий керівник**

Будь-який ресурс всесвітньої мережі Інтернет, від глобального інформаційного порталу з десятками тисяч відвідувачів у день до скромної домашньої сторінки, представляють художній твір та складний комплекс інженерно-дизайнерських рішень. Процес створення такого комплексу й називається web-дизайном. Тобто, web-дизайн – це творчість, причому творчість яскраво виражена і самобутня щодо залучення відвідувачів на сайт [1–2]. Добре продуманий і правильно розроблений web-сайт – це запорука припливу великої кількості зацікавленої аудиторії.

Web-сайт – це не окремий специфічний вид діяльності, він поєднує в собі процес збору, обробки, оформлення, публікації інформації з процесом інтерактивної комунікації і в той же час презентує актуальний результат діяльності установи, організації, університету [3].

Офіційні веб-сайти кафедр Полтавського університету економіки і торгівлі призначені для представлення інтересів кафедри та університету в цілому у глобальній мережі Інтернет і висвітлення інформації щодо діяльності; створення цілісної системи інформаційного та інфраструктурного забезпечення навчальної, наукової та інноваційної діяльності, в тому числі в галузі інноваційної педагогіки, інноваційних технологій та змісту освіти; вдосконалення системи інформатизації навчального процесу та надання доступної, достовірної, повної та об'єктивної інформації щодо професійної орієнтації молоді, привернення уваги роботодавців.

Сайти кафедр сприяють вирішенню таких завдань:

- створення цілісного позитивного образу університету;
- оперативне і об'єктивне інформування про значущі події, що відбуваються на кафедрі;
- підвищення конкурентоздатності та інвестиційної привабливості ВУЗУ;
- здійснення обміну інформацією між структурними підрозділами, оперативне інформування студентів, працівників універ-

ситету про рішення керівництва кафедри та університету, про події, що відбуваються;

- підвищення рівня інформатизації університету на основі нових інформаційних технологій.

Функції сайту поділяються на зовнішні, які виконують презентаційні цілі та інформаційне обслуговування зовнішніх користувачів, та внутрішні, які забезпечують адресне поширення необхідної інформації серед усіх учасників навчального процесу та наукових досліджень [4]. Базовою частиною сайтів кафедр є інформаційні канали одиниць кафедри:

- університет (ректорат), факультет;
- підрозділи, відділи та служби кафедри;
- викладачі, наукові працівники, аспіранти, студенти.

Отже, при плануванні й створенні будь-якого web-сайту важливо пам'ятати, що головний критерій, на який варто орієнтуватися в процесі розробки сторінок, це зручність кінцевого користувача. За принципами створення та засобами забезпечення художньої виразності дизайн-оформлення макету сайту подібний до розробки проекту фірмового стилю відповідної структурної одиниці, для якої розробляється проект. Спільними рисами побудови є наступні етапи розробки: врахування існуючого стилю, використання фірмового кольору та постійних констант, побудова дизайн-макету за допомогою таких художніх засобів як колір та форма, гармонізація дизайну оформлення макету.

Аналіз результатів дослідження показав, що обов'язковою вимогою до дизайн-макету сайтів кафедр та структурних підрозділів є дотримання загального фірмового стилю дизайну сайту Полтавського університету економіки і торгівлі, наявність логотипу, використання фірмових кольорів.

### **Список використаних джерел**

1. Юзабилити: как сделать сайт удобным / А. И. Калиновский. – Мн. : Новое знание, 2010. – 220 с., ил.
2. Нильсен Я. Дизайн web-страниц. Анализ удобства и простоты использования 50 узлов : [пер. с англ.] / Нильсен Я., Тахир М. – Москва : Изд. дом «Вильямс», 2014. – 336 с.
3. Молчанов В. П. Технології web-дизайну : конспект лекцій / В. П. Молчанов. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2015. – 212 с.
4. Зельдман Д. Web-дизайн по стандартам / Д. Зельдман. – Санкт-Петербург : Изд-во НТ Пресс, 2011. – 440 с.

## **СЕКЦІЯ 24. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

---

### **ВИКОРИСТАННЯ «ВАУ» – МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

**Д. І. Морозова, ГРС-31**

**А. С. Капліна, ст. викладач – науковий керівник**

Сучасне готельне господарство є досить прибутковою сферою, але все далі утримувати провідні позиції в галузі все складніше. Світове готельне господарство нараховує: близько 350 тис. готелів; 1,6 млн сучасних номерів; кількість номерів щорічно зростає у середньому на 3–4 % [1].

Це свідчить про конкуренцію в даній сфері та про те, що потрібно зробити більше зусиль для приваблення гостей. Вже не так легко здивувати гостей інноваціями. Тому, необхідно знаходити шляхи виходу із даної ситуації. Таким чином, на допомогу приходить «вау»-менеджмент або «івент»-менеджмент.

Мета «вау»-менеджменту для готельного бізнесу – змусити всіх гостей мимовільно вимовити слово «вау» будь-яким способом, так як методи досягнення цього можуть бути найрізноманітнішими, іншими словами, потрібно створити сприятливий імідж в уяві споживачів.

Основні складові «вау»-менеджменту в готельному бізнесі:

«Івент» (від англ. event – подія) – це розважальна чи рекламна вистава, що відбувається на сцені в театрі, кіно, на спортивній чи цирковій арені з використанням різного роду сюжетних ходів, комп'ютерної графіки, світлової техніки.

Подія – найважливіший мотивуючий фактор в туризмі. Івенти помітно впливають на розвиток і маркетингові плани більшості туристських заходів.

Івент-менеджмент – це швидкозростаюча професійна область, в якій туристи – це споживачі на потенційному ринку запланованих заходів, а індустрія туризму стала зацікавленою особою в їхньому успіху і привабливості. У івентів також є й інші цілі і завдання, включаючи формування суспільства, відродження міст, культурний розвиток, заохочення національних особливостей.

Заплановані події або івенти – це просторово-часовий феномен, кожен унікальний внаслідок взаємодії навколишнього оточення, публіки, систем управління, включаючи розробку окремих елементів і програми.

Привабливість івентів полягає в тому, що вони завжди різні, ніколи не повторюються. І вам потрібно побувати там, в певному місці в певний час для того, щоб отримати виняткові враження. Крім того, існують віртуальні івенти, що представляють інтерес і цінність для споживачів та індустрії туризму. Комунікації здійснюються за допомогою різноманітних засобів масової інформації.

Типологія основних категорій івентів. Вони відрізняються цілями і програмами (табл. 1.1).

**Таблиця 1 – Типологія основних категорій івентів**

<b>Цілі івентів</b>	<b>Програми</b>
Культурні події	- фестивалі; - карнавали; - пам'ятні церемонії; - релігійні свята
Політичні та державні події	- саміти; - політичні події; - візити VIP-персон
Бізнес та торгівля	- зустрічі, наради; - ярмарки, виставки
Мистецтво та розваги	- концерти; - церемонії
Освітні та наукові	- конференції; - семінари; - практичні заняття
Спортивні змагання	- серед професіоналів та любителів; - для глядачів та учасників
Розважальні	- спорт та ігри для розваг
Часні івенти	- весілля; - вечірки; - зустрічі [2]

Інтер'єр готелів – це організація внутрішнього простору будівлі, що являє собою зорово обмежене, штучно створене середовище, яке забезпечує нормальні умови життєдіяльності людини. За допомогою цього засобу можна зачарувати гостей.

Екстер'єр готелю – це його зовнішнє оформлення. Важливим є питання ландшафтного дизайну і архітектурного оздоблення будівлі. Ці поняття повинні бути гармонійно скомплектовані.

Лояльність. Якщо пропустити крок її виміру, фактор «вау» – це підхід до побудови відносин з клієнтами, який викличе в них щире захоплення.

Штучні спроби створити коло лояльної аудиторії є по факту бар'єром у відносинах із споживачами. Подібні програми пропонують споживачам псевдопривілеції, які, як правило, не потрібні нікому. Так, Apple, Nike і Harley-Davidson відсутні програми лояльності.

Узагальнюючи слід запропонувати наступних 4 кроки до впровадження бажаного «вау»-фактору:

1. Знайте всі етапи взаємодії клієнтів з вашим товаром/послугою. Знайдіть «тачпоінти» – образно кажучи, ситуації, в яких ви можете максимально ефективно донести своє повідомлення. Саме в таких ситуаціях ви можете запропонувати щось несподівано приємне/зручне/нове. Виберіть кілька «тачпоінтів», на яких ви могли б продемонструвати можливість ваших товарів/послуг відповісти на потреби споживачів, а також запропонувати їм нові рішення. Цікавий приклад альянсу брендів – Nike + спортивний набір «чайник»: вони пропонують пережити новий досвід. За фактом ви просто біжите, але тепер у вас є крокомір, голосові повідомлення про хід тренування, по доступні кліку енергійні пісні і статистика тренувань. Коли ви виявите, що пісні вибираються з урахуванням довжини і частоти ваших кроків, ви скажете «вау!».

2. Охоче беріться за широке коло незадоволених потреб обраної цільової аудиторії.

3. Постійно вдосконалюйте всі процеси в компанії – на всіх етапах взаємодії з вами клієнти повинні виражати «вау!». Плануйте і Режисеруйте «вау»-почуття. (Чим більше ви знаєте про поведінку ваших споживачів, тим краще ви можете підлаштувати «вау»-досвід на точпоінтах [3].

Головні моменти:

1. Ніколи не сприймайте Ваш проект як інструкцію.
2. Перетворіть свої повсякденні заняття в продуктивну та цікаву роботу.

### Список використаних джерел

1. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>. – Назва з екрана.
2. Електронний ресурс. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/alekseeva.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/alekseeva.htm). – Назва з екрана.
3. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://blog.netpeak.ua/loyalnost-klientov-ili-vau-faktor>. – Назва з екрана.

### HOTEL TECHNOLOGY INNOVATIONS THAT WILL DRIVE BUSINESS IN 2016

**Е. С. Хіміч**, *магістр спеціальності «Готельно-ресторанна справа»*

**А. С. Капліна**, *ст. викладач – науковий керівник*

**Ключові слова:** innovations, technologies, hotel business.

After 2015 passed by smart hoteliers began to think how to make a splash in 2016 and how to attract more guests to their hotels and resorts, what should they do to help them drive sales this year. So this presentation will show you new possibilities which can be used to help hoteliers make their business more profitable.

#### Smart Controls

In the past several years, hotel smartphone apps have become industry standard; however, forwarding-thinking hotels are taking apps one step further by giving guests the ability to control their rooms with their smartphones.

Via the hotel's app, an upcoming guest could pre-set their room temperature and lighting preferences, and even select what they would like to have available in their mini bar.

Smart controls now going mainstream. Popularization of smartphone apps can be also noticed in some big-name hotel chains such as Starwood, Hilton, and Marriott which allow guests to use their smartphones to access hotels rooms and hotel services.

Another innovation that is growing in popularity is Beacons.

A beacon is a device designed to attract attention to a specific location.

Beacons allow Bluetooth devices to broadcast or receive tiny and static pieces of data within short distances. In simplistic words, it consists of two parts: a broadcaster (beacon device) and a receiver (smartphone app).



Firstly they were presented on Apple conference in 2013. Since beacons hit the market two years ago, retailers have been quick to put the technology to use, sending promotional messages to shoppers and tracking consumers' habits with the two-way Bluetooth devices.

Talking about beacons in hotel industry I can say that they can be used to encourage guests to use hotel services with promotions sent straight to their smartphones.

So hotels are beginning to experiment to see how the technology can increase their business.

For example, Marriott experimented with this year at 14 locations. At those locations, guests using the app were treated to promotions for spa services and restaurant discounts when standing near beacons in those locations. Starwood Hotels piloted beacons at 30 locations, using them to streamline the check-in process, allowing the concierge to greet guests by name and notify housekeeping when guests were not in their rooms.

Beacons also can provide hotels with valuable information on their guests' habits, providing data on where in the hotel guests are spending the most time and when they're using those locations.

### Virtual Reality

The virtual reality market is set to explode in 2016.

As travelers plan their trips or event planners select their locations, virtual reality could help potential customers see themselves in your hotel. A virtual reality tour can walk potential guests through your hotel, showcasing your suites, spa, restaurants, pool, and other areas that attract customers. For event planners, a virtual reality tour can place them directly in your event spaces, allowing them to see the possibilities for their function, whether it's a business conference or a wedding.

Hotels are using virtual reality for more than just marketing.

In the future, hotels could offer "virtual concierge" services that allow guests to tour neighborhoods and local attractions from the comfort of their rooms.

Last year Marriott already launched an eight-city virtual reality tour with its "teleporter". The teleporter offered users a virtual reality tour of a Hawaiian beach and a London skyscraper. So it can be used not only within hotel area.

### Mini Fashion Bars

The latest hotel innovation across Europe is the hotel fashion mini bar. This concept was created by French clothing brand, Pimkie, and

it allows guests to choose items from its latest collection from the comfort of their hotel room. Even better, the collections are designed to suit the weather and style of the location you're staying in.

Gone are the days of cursing yourself for forgetting that jacket, or finding out you need something a little less corporate for a night out. All you need is just look inside the fashion mini bar for a suitable clothes, wear it for the night and pay when you check-out.

### Phones Become Key Cards

As I said before smartphones became essential part of travel space. And naturally, the time has come for the phone-as-hotel-key-card. Starwood Hotels & Resorts Worldwide plans to test virtual key cards at select properties this year. Guests will have to download a smartphone app that will provide their room assignment, allowing them to skip the check-in process and zip right to their room—no need to talk to a human in case you prefer screens to people. The key itself will live on your phone. Just bring closer your smartphone to unlock the door. If all goes well travelers should expect to see this technology at more and more properties in the near future.

### Hotel guests use WeChat to remotely control their rooms

When hotel visitors download the latest version of the WeChat app, they are prompted to scan a room-specific QR code that enables them to remotely dim lights, draw blinds, increase or decrease the temperature in the room and lock doors... all without leaving the poolside bar. This system was firstly used in Las Vegas at Caesars LINQ Hotel & Casino.

On the next photo you can see how WeChat looks in smartphones.

### Recipes on a touchscreen

While leading the tour in an Element concept room, McGuinness pointed out a touchscreen cookbook on the wall. For long-stay guests who want to prepare their own meals, the cookbook will provide numerous choices. Foodies also will be welcome to upload their own favorite recipes for others to try.

### Digital mirrors

Floor-length mirrors in guestrooms will allow guest to read all latest news in the morning newspaper when they're embedded with

touchscreen applications that show the day's headlines as well as the weather and the latest sports scores.

### More Focus On Fitness

With hectic schedules on the road, it's easy for corporate travellers to put their fitness goals on hold while they travel. Some hotels allow guests to choose from a number of healthy options in the mini bar, while providing yoga matts and a designated yoga TV channel for workout routines in your room. They also offer a bike rental service, gym access and meditation guides. More hotels should follow suit to offer guests something beyond the standard hotel gym.

Summarizing all the information we can make a conclusion that hotel business will have a great potential in 2016 and hoteliers will have many ways of improving their hotel product and attracting more guests. Technical and scientific progress give a lot of opportunities to grow sales and increase room occupancy. So obviously all innovations that were noticed in this presentation will be useful for hotels and resorts this year.

### References

1. Abi Mandelbaum, Hotel technology innovations that will drive business in 2016 [Електронний ресурс] / Abi Mandelbaum / Industry news – 2015. – Режим доступу: <http://www.hospitalitynet.org/news/4072364.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення: 15.03.16.
2. Eduardo Suárez, Seven technological innovations of the starwood test lab [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу: <http://spaintrips.org/seven-technological-innovations-of-the-starwood-test-lab/840>. – Назва з екрана. – Дата звернення: 16.03.16.

## **СЕКЦІЯ 25. ГЛОБАЛЬНІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ**

---

### **ВИКЛИКИ ТУРИЗМУ У ЗВ'ЯЗКУ З МІГРАЦІЄЮ В ЄВРОПІ**

*Ю. В. Самченко, Т-42*

*М. М. Логвин, к. г. н., доцент – науковий керівник*

Міжнародна міграція вносить істотні зміни в тенденції розвитку сучасного світу. Вона має значний і суперечливий вплив

на політичні, соціально-економічні, міжнаціональні, міжкультурні, міжконфесійні відносини та демографічну ситуацію загалом, тому її регулювання виходить за рамки існуючої системи глобального менеджменту.

За даними щорічної доповіді УВКБ ООН «Глобальні тенденції» можна простежити стрімке зростання числа осіб, які вимушені тікати зі своєї країни: наприкінці 2014 р. 59,5 млн осіб стали вимушено переміщеними особами (порівняно з 51,2 млн роком раніше і 37,5 млн десять років тому). Це найвищий зафіксований показник починаючи з 2013 р.

Міжнародні та національні протиріччя є основною причиною масової міграції. Лише за останні п'ять років виникли або відновились 15 конфліктів: в Африці (Кот-Д'Івуар, ЦАР, Лівія, Малі, Нігерія, Південний Судан, Бурунді), на Близькому Сході (Сирія, Ірак, Ємен), в Європі (Україна) та в Азії (Киргизстан, М'янма, Пакистан).

За даними UNHCR [6], станом на червень 2015 р. найбільше біженців було із Сирії – понад 4 млн, із Афганістану – понад 2,5 млн, Сомалі – понад 2 млн, Південного Судану та ДР Конго – понад 0,5 млн, із ЦАР, М'янми – близько – 0,5 млн, Еритреї, Іраку – біля 0,4 млн осіб. Значна кількість, як правило, направляється до Європи.

Згідно з різними оцінками ООН за 2015 р. до Європи прибуло від 1,2 до 1,5 млн осіб. Дані EUROSTAT по окремих країнам наведено на рис. 1 [1].



Рисунок 1 – Кількість біженців у Європі за 2015 р.

Проте, швидкий приплив мігрантів загрожує істотно змінити політичну конфігурацію та економіку ЄС, адже все частіше вони стають найбільш вибухонебезпечною масою. Вихідці з країн Близького Сходу та Африканського континенту створюють найбільші проблеми, беручи участь у різних масових заворушеннях. По-друге, значна кількість мігрантів не думають про працевлаштування, бо сподіваються на соціальні виплати у багатій Європі, або на численні шляхи кримінального заробітку. Разом з цим не менш важливою є проблема соціальної дискримінації. У сукупності з вимушеною зайнятістю в неперестигних і низькооплачуваних сферах праці, або з безробіттям і маргінальним становищем, це культурне відчуження сприяє соціальній ізоляції мігрантів від приймаючої сторони [4].

За законами ЄС окремі країни можуть тимчасово відновлювати прикордонний контроль на своїх ділянках у рамках єдиного шенгенського простору в особливих випадках. Деякі країни ЄС вже почали оголошувати про закриття меж або про відновлення контролю на шенгенських кордонах. Свої кордони закрили Болгарія, Угорщина, Хорватія, Мальта, Франція, Норвегія. Австрія спрямувала свою армію для контролю кордонів, а також призупинила дію Шенгенської угоди. Данія закрила кордон з Німеччиною, а Швеція – з Данією.

Варто наголосити, що міграційна криза 2015–2016 рр. змусила суспільну думку європейських країн зміститися вправо. Особливо це стосується Австрії – країни, яка прийняла найбільше на душу населення, ніж будь-яка інша країна Європи. Саме їй загрожує нова хвиля біженців, цього разу із Африки – за даними влади Лівії, тут накопичилося понад 100 тис. мігрантів.

Внаслідок серії вибухів, Франція, Бельгія та Туреччина переживають один з найбільш напружених періодів у туристичній сфері за останнє десятиліття.

Загроза терактів і політична нестабільність – чинники, завдяки яким можна поставити хрест на подорожах навіть найвідомішими туристичними напрямками. До країн з високою ймовірністю терактів відносять Австрію, Німеччину, Францію, Єгипет, Туніс [2]. 23 червня ц. р. відбудеться референдум про вихід Великобританії із ЄС, що може змінити політичний і туристичний пейзаж у Європі.

Міста південного побережжя Середземного моря ще до недавнього часу були заповнені туристами, однак зараз більшість

готелів залишаються порожніми. У 2015 році представники ісламістів здійснили ряд атак на Синайському півострові. В результаті загинуло багато людей, в тому числі туристи.

Президент Чехії М. Земан вважає, що тероризм та міграційна криза взаємопов'язані. Міграційна криза має характер організованого вторгнення. Воно добре організоване, добре оплачене з метою розвалу європейських структур. Тому, над традиційною європейською культурою нависла загроза пригнічення такою культурою, яка несумісна з європейськими цінностями.

Український вчений Ю. М. Пахомов зазначив, що мусульмани в Європі тримаються своїх коренів і поведуться вкрай агресивно. Відмова законної європейської влади (Німеччина, Франція, Великобританія) від колишньої толерантності і мультикультуралізму лише додатково загострила ситуацію. До того ж основний склад мігрантів, що прибувають, – це агресивна і відчайдушна молодь. Усе це зараз хворобливо накладається на ерозію традиційної європейської державності і на зростаюче число проблемних країн.

Висновки. Більшість мігрантів прагне до Європи, оскільки там існують різні програми допомоги, що дозволяють новоприбулим жити за рахунок ресурсів приймаючої країни. Проте, вплив мігрантів призводить до виникнення протиріч, зростання злочинності, що є нанесенням шкоди людському потенціалу європейських країн.

### **Список використаних джерел**

1. Експерти назвали країни, у яких буде небезпечно відпочивати у 2016 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tsn.ua/svit/eksperti-nazvali-krayini-u-yakih-bude-nebezpechno-vidpochivati-u-2016-roci-infografika-578069.html> (дата 12.04.2016). – Назва з екрана.
2. Куди не варто їхати в 2016 році: оцінка найбільш небезпечних напрямків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.obozre-vatel.com/crime/06175-kuda-ne-stoit-ehat-v-2016-godu-otsenka-naibolee-opasnyih-turisticheskikh-napravlenij.htm> (дата звернення 12.04.2016). – Назва з екрана.
3. Пахомов Ю. Н. Близкие и отдаленные последствия международной миграции (в т. ч. для Украины) / Ю. Н. Пахомов // Соціально-економічні та етнокультурні наслідки міграції для України : зб. матеріалів наук.-практ. конф. (Київ, 27 вересня 2011 р.) / упоряд. О. А. Малиновська. – Київ : НІСД, 2011. – С. 155–158.

4. Полонский И. Миграционная проблема Европы в свете французских событий: есть ли решение? / И. Полонский [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oko-planet.su/politik/politikmir/267707-migracionnaya-problema-evropy-v-svete-francuzskih-sobytiy-est-li-reshe-nie.html> (дата звернення 10.11.2015). – Назва з екрана.
5. УВКБ ООН предупреждает о новом опасном периоде глобального перемещения населения [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nnm.me/blogs/bredsmi/uvkb-oon-preduprezhdaet-o-novom-opasnom-periode-globalnogo-peremesheniya-naseleniya/> (дата звернення 10.11.2015). – Назва з екрана.
6. UNHCR Mid-Year Trends 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unhcr.org/56701b969.html/> (дата звернення 13.03.2016). – Назва з екрана.

## **ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ДОБРОВЕЛИЧКІВСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

**А. А. Нацяк, Т-12**

**Н. М. Карпенко, доцент – науковий керівник**

Наша країна володіє багатим та різноманітним туристичним потенціалом. Кожний населений пункт має цікаву історію та безліч природних і історико-культурних об'єктів, які здатні приваблювати туристів. Не виключенням є і моя мала батьківщина – Добровеличківський район Кіровоградської області та невеличке місто в ньому, залізничний вузол – Помічна. Місто розташоване на відстані біля 70 кілометрів на південний-захід від обласного центру – Кіровограда та в 24 км від смт Добровеличківка.

Цікавою є історія походження назви. Це поселення в часи Запорізької Січі надавало допомогу продовольством одному з таборів запорізьких козаків, який стояв гарнізоном біля фортеці св. Єлисавети (поблизу нинішнього Кіровограда). Звідси й назва – поміч («допомога»). Існує також версія-жарт щодо походження назви «Помічна». Був чудовий сонячний день, коли посланець щойно обраного отамана Бородавки прибув із Січі до броду через річку Чорний Ташлик. Але козаки, що тут стояли, зустріли його непривітно, розуміли, що забився посланець у такі далекі краї у якійсь особливій потребі. «Потрібна поміч», – звернувся він до старшого, коли, нарешті, закінчив умиватись і

перехилив добрий кухоль студеної води. Але козаки вже чули, що на Січі щось не гаразд. Курінний отаман Бородавка, а з ним і Барабаш щось затівають. Тому з допомогою козаки не поспішали. То когось здалеку чекали, а то їм треба вже курені будувати. Кінчилось все тим, що посланцеві козаки показали величезну фігуру з трьох пальців, промовляючи при цьому «Поміч? На!». От і пішла назва – Помічна. Звичайно, це версія-жарт. Але ж все можливо... Бо ж відомо, що козаки на слова скупими не були.

Існує ще одна цікава думка про походження назви «Помічна». Ще до війни в цьому районі були обширні болота, побликували серед очеретів невеличкі озерця. Старожили пам'ятають, як навесні, а особливо по осені, сюди зліталисі дикі качки, гуси, влаштовувались полювання. Та й зараз в більшості куточків міста вода знаходиться не на значній глибині. Тому і вважають, що в основі назви лежить слово «помошье» – велике мохове болото. Так спочатку назвали річку, далі – село. А коли наприкінці 60-х років минулого століття на залізничному перегоні Балта – Єлисаветград виникла потреба створити роз'їзд, то і його назвали Помошна, а пізніше – Помічна.

Чим же може зацікавити туристів наше місто? У місті Помічна є унікальний пам'ятник архітектури – одна з перших у світі гіперболоїдних конструкцій – *сталева ажурна сітчаста водонапірна башта*. Гіперболоїдна башта в Помічній побудована за проектом відомого інженера і вченого зі світовим ім'ям Володимира Шухова. У світі таких башт залишилося всього 11 із більше ніж двохсот, побудованих Шуховим. А з найвищої (148,3 м) шести-ярусної вежі, що побудована в Москві в 1921 році, вперше в СРСР почали транслювати радіопередачі, а з 1945 року – телепередачі. Будівництво башти Шухова було завершене в 1934 році. Це будівництво донині добрим словом згадують і люди у навколишніх селах, бо у страшний голодомор 1932–1933 років на будівництві видавали хлібний пайок. Таким чином, багато селянських сімей зобов'язані новобудові своїм життям. У березні 1944 року фашисти під час відступу з міста хотіли підірвати башту. Заклали вибухівку симетрично з обох боків, але від вибуху башта піднялася в повітря (очевидці говорять, що деь на метр і, ніби на мить, зависла), а потім поволі



осіла на свої подекуди пошкоджені опори. Пізніше був проведений ремонт, але використовувати башту за призначенням, кажуть, було вже неможливо. А можливо просто полінувалися докласти зусиль до її реконструкції і приведення в робочий стан. Так стоїть вона і донині, а для водопостачання була побудована нова водонапірна вежа.

Наступним цікавим туристичним об'єктом є *Музей на колесах*. Цей музей розмістився у старезному вагоні, облаштованому на сучасний лад, і зайняв місце за паровозом неподалік залізничного вокзалу. Тут відвідувачам надаються особливі умови: дозволяють абсолютно все (в межах допустимого, звичайно). Наприклад присісти на стільцях у стилі ретро, або на диванчику в купе і відчувти себе залізничниками минулої епохи, потримати в руках рідкісні експонати. Свої позитивні враження від музею не приховували ні французи, ні американці, ні серби, які побували в Помічній. Тут зібрані майже всі портрети керівників, які творили Одеську залізницю. А історія залізничного вузла, краю та в цілому України представлена такою, якою вона була і є насправді. Тут зустрінеш постаті поважні й одіозні, дозволені й заборонені. Тут можна погортати «Господні зерна» лауреата Шевченківської премії, уродженця Помічної, письменника Григорія Гусейнова, подивитися у вічі Нестору Махну та його дружині Галині, що відтворені на старовинних знімках. Потримати в руках сувеніри від матері талановитого артиста, сценариста, режисера Миколи Гейка, який також народився в місті Помічна і прославив Україну знаменитими фільмами «Черчилль», «Херувим», «Міни в фарватері», «Від любові до кохання». Тут можна зустрітися з легендарним майором Вихором. Його прототип – відомий розвідник часів Другої світової війни Євген Березняк, що врятував Краків від руйнувань, до 1939 р. працював у Помічній.

Ще одним вартим уваги туристичним об'єктом є *Історико-краєзнавчий музей* Помічянської загальноосвітньої школи І–ІІІ ступенів № 3. Нинішня експозиція музею представлена за розділами:

- «Наш край у давнину»;
- «Помічна – місто залізничників» (заснування та розвиток);

- «Місто у 20–30 роки XX століття та на передодні фашистської окупації»;
- «Трагедія окупації. Підпілля. Партизанський рух»;
- «Визволення міста від фашистських загарбників»;
- «Помічна сьогодні» (фото-виставка);
- «Наш край славетний земляками» (про Лауреата Шевченківської премії, нашого земляка, Гусейнова Г. Д.);
- «Скорботні сторінки народної пам'яті» (Голодомор 1932–1933 рр.);
- «Видатні люди нашого міста» (твори художників та народних умільців м. Помічна).

В експозиції шкільного музею є фото кургану, розташованого на території м.Помічна. Висота велетня-кургану, який є однією з пам'яток скіфської культури, складає – 6 метрів, а діаметр 40 метрів. Безсумнівно, що даний курган відноситься до типу царських курганів V–IV столітті до н. е., та є похованням представника скіфської знаті.

Ще одним туристичним об'єктом міста є *танк-пам'ятник*. 9 травня 1981 року поблизу Помічнянської МТС був встановлений танк – пам'ятник, на якому було зроблено напис «Помошнянская МТС-фронту» в пам'ять про допомогу працівників МТС фронту. В лютому 1945 року працівники Помічнянської машинної станції зібрали з особистих заощаджень 40 тисяч грошових коштів і здали в Новоукраїнське відділення Держбанку для будівництва танка. 22 березня 1945 року працівникам МТС повідомили, що танк побудований і переданий на 2-й Український фронт.

Щороку навесні в Помічній відкривається виставка голубів та домашньої птиці. Захід проходить на базі палацу культури – клітки з птахами розставлені в будівлі і на прилеглій площі. Організатором заходу виступає міський клуб голубівників. Окрім голубів, на виставці представлені декоративна та домашня птиця, кролі, собаки. Вхід на всі етапи виставки вільний. Щороку його відвідують сотні людей.

Таким чином, у нашому місті є чимало цікавих туристичних об'єктів. Найслабшою ланкою, як і у більшості регіонів є стан інфраструктури, особливо доріг. Але Помічна – це місто трудівників, доброзичливих та готових прийти на допомогу людей. Тож помічняни завжди раді зустрічати туристів.

## **СЕКЦІЯ 26. ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

### **ТЕХНОЛОГІЯ ВИГОТОВЛЕННЯ ФРУКТОВИХ ПАСТ ДЛЯ ІТАЛІЙСЬКОГО МОРОЗИВА «ДЖЕЛАТО»**

**Д. О. Москаленко, ТХ-31**

**Г. П. Хомич, д. т. н., професор – науковий керівник**

В Україні сфера морозива розкрита не досконало. Останній стандарт ДСТУ 4733-2007 року «Морозиво вершкове, пломбір. Загальні технічні умови». Ним дозволяється використання більше сорока видів штучних харчових добавок. Активно починають використовувати рослинні жири, які дозволяють знизити собівартість морозива, в той же час їх використання веде до змін традиційного смаку морозива.

Ознаками сучасних класифікацій морозива є: вид сировини та її вміст, спосіб одержання, вміст жиру, оформлення поверхні; вид фасування та ін. Дисперсійним середовищем морозива та сумішей є вода, яка знаходиться у морозиві у вільному та зв'язаному стані за загального вмісту в продукті у межах від 58 до 75 %.

Найбільш відповідально до виготовлення морозива відносяться італійці. Саме в Італії багато сотень років тому вперше було створено цей десерт. І до сьогодні, італійці зберігають традиції виготовлення морозива як раніше, називають вони його Gelatto.

Зараз вже нікого не здивуєш промисловим морозивом. Воно – давно звичний для всіх масовий продукт, який виготовляється на заводських машинах та реалізується за допомогою роздрібних мереж. Такому морозиву характерний високий відсоток жирності (12–20 %) та збитості (до 70 %), а також довгий термін придатності, що аж ніяк не робить таке морозиво більш якісним або смачнішим.

Морозиво джелато – це концептуально інший вид морозива, більш творчий та ексклюзивний. Зазвичай джелато виготовляється там, де воно реалізується. Таке морозиво може зберігатися не більше 3 днів, йому також притаманний низький відсоток

жирності: 5–7 % у випадку молочного джелато та 0–2 % у випадку фруктового.

Свій колір, аромат та смак морозиво отримує від спеціальних паст, які в Україну постачають з Італії. Але вони мають певні недоліки:

- 1) висока собівартість пасти та морозива;
- 2) довгострокова доставка;
- 3) наявність в продукті барвників, ароматизаторів, згущувачів, антиоксидантів та підкислювачів.

Мета роботи: розробка рецептури та технології виробництва фруктових паст для морозива зі смаком ківі, яка не має в своєму складі синтетичних харчових добавок.

Для створення фруктової пасти зі смаком ківі взяли наступні компоненти як ківі, банани та лимонний сік, але в різній пропорції.

На початковому етапі досліджень були визначені показники якості рослинної сировини і на її основі створено 5 композицій фруктової пасти, рецептурний склад яких наведено в табл. 1.

**Таблиця 1 – Рецептурні композиції фруктових паст, %**

Найменування компонентів	Зразок 1	Зразок 2	Зразок 3	Зразок 4	Зразок 5
Ківі	62	44	31	30,5	46,5
Банан	–	14,7	31	30,5	15,5
Желатин	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Лимонний сік	3	5,8	3	3	3
Фруктоза	9,2	8,7	9,2	9,2	9,2
Цукор	25,2	26,2	25,2	26,2	25,2

За результатами дегустаційної оцінки найкращим визначено зразок 2. В даному зразку вдало поєднується кислий смак ківі та лимонної кислоти з солодким смаком банану. Смак не є різко кислим і в той же час немає сильного солодкого присмаку.

Для підтвердження якості отриманого продукту в контрольному і дослідному зразках фруктової пасти було визначено основні фізико-хімічні показники якості, результати яких наведені в табл. 2. За контрольний зразок брали італійську фруктову пасту для морозива зі смаком ківі.

**Таблиця 2 – Фізико-хімічні показники фруктових паст**

Найменування показника	Контрольний зразок	Дослідний зразок	Норма за стандартом
Масова частка сухих речовин, %	18,3	22,5	> 25
Масова частка загальних цукрів, %	24,6	21,3	< 20
Кислотність, °Т	74,0	69,0	> 80

Отримані результати підтверджують, що дослідний зразок фруктової пасты, приготований на основі плодів ківі та бананів, має не тільки високі органолептичні показники, а й повністю відповідає нормативним значенням за основними фізико-хімічними показниками. Вживання такого морозива забезпечує впевненість у відсутності алергічних захворювань.

Таким чином, проведені дослідження підтверджують можливість і доцільність приготування фруктових паст для морозива «Джелато» з використанням натуральних інгредієнтів. За органолептичними та фізико – хімічними показниками отримуємо абсолютно не шкідливий продукт, який має вищу харчову та біологічну цінність в порівнянні з італійською фруктовою пастою зі смаком ківі.

### **Список використаних джерел**

1. Полищук Г. Е. Мороженое: современные технологии и перспективы развития / Г. Е. Полищук // Мир продуктов. – 2012. – № 2 (81). – С. 32–36.
2. Оленев Ю. А. Основные структурные элементы и свойства смесей и мороженого / Ю. А. Оленев // Производство и реализация мороженого и быстрозамороженных продуктов. – 2002. – № 4. – С. 8–10.
3. Коваленко Т. Все для мороженого: обзор рынка оборудования, ингредиентов и упаковки для производства мороженого / Коваленко Т. // Продукты питания. – 2002. – № 4. – С. 15–16.

### **РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ТОПІНГІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ГАРБУЗА ТА ХЕНОМЕЛЕСУ**

**А. О. Вахрушева, ТРГ-51м**

**Г. П. Хомич, д. т. н., професор – науковий керівник**

Важливе значення для харчування людини мають продукти харчування збагачені біологічно активними речовинами. Вони

покращують роботу серцево-судинної системи, органів системи травлення, забезпечують гармонійну і повноцінну роботу організму.

Цінним джерело БАР є рослинна сировина місцевого походження. До такої сировини можна віднести хеномелес та гарбуз. Ці культури легко культивуються в нашому регіоні, невибагливі до зовнішніх умов.

Хеномелес містить в своєму складі дефіцитні харчові кислоти (до 8 %), пектинові речовини (1–3 %), аскорбінову кислоту (50–200 мг/100 г), Р-активні речовини (900–1 300 мг/100 г). Низький вміст цукрів 2–5 % і значний вміст клітковини 2–4 % дозволяє використовувати плоди для виготовлення низькокалорійних продуктів харчування [1].

Гарбуз – культура, яка широко використовується у харчуванні. Користь гарбуза полягає у низькій калорійності (19–27 ккал), в його складі визначено високий вміст каротину (1,5 мг/100 г), а в деяких сортах вміст каротину може досягати 60 мг, у великій кількості містяться і пектинові речовини, які сприяють позбавленню організму від шкідливого холестерину та зайвої рідини. Вважається, що гарбуз корисний для людей з проблемами шлунково-кишкового тракту [2].

За рахунок значної кількості пектинових речовин та органічних кислот, що міститься в цій сировині, гарбуз та хеномелес можна рекомендувати у технології продуктів харчування з певною структурою. До таких продуктів відносять і топінги – солодкі кондитерські механічно стабільні соуси, які останнім часом стають все більш популярними на ринку продуктів харчування. Їх використовують як наповнювач для морозива, кави, різних солодких страв, кондитерських виробів.

Метою роботи є розробка технології топінгів з використанням рослинної сировини місцевого походження.

Об'єктом дослідження була технологія топінгів з використанням гарбуза та хеномелесу. Предметом – плоди хеномелесу, пюре з хеномелесу, пюре з гарбуза, топінги.

У виробництві соусів і топінгів найчастіше використовують напівфабрикат у вигляді пюре. Попередніми дослідженнями встановлено, що для отримання високоякісного пюре з хеномелесу, плоди потрібно попередньо пробланшувати у воді протягом 5хв при температурі 100 °С [3].

Проблемою при переробці гарбуза є наявність значної кількості волокон у його структурі, яка впливає на органолептичні показники готових виробів. Тому на початкових етапах досліджено вплив різних органічних кислот на розм'якшення структури гарбуза для отримання пюре з однорідною консистенцією.

Результати досліджень показали, що кислоти по різному впливають на тривалість розм'якшення тканини гарбуза. Встановлено, що найбільш ефективною при отриманні пюре з гарбуза є попередня обробка сировини у винній кислоті та соці хеномелесу, до складу якого входить яблучна, хінна та винна кислоти. Органічні кислоти, що містяться в соці хеномелесу, позитивно впливають не тільки на розм'якшення волокон гарбуза, але й на його органолептичні показники.

Визначено фізико-хімічні показники, які характеризують якість отриманих пюре з хеномелесу та гарбуза. Результати досліджень наведено в табл. 1.

**Таблиця 1 – Фізико-хімічні показники пюре з хеномелесу та гарбуза**

( $n = 3, p \leq 0,05$ )

Зразки	Масова частка, %			Вміст, мг/100г		
	сухих речовин	титрованих кислот	пектинових речовин	Л-аскорбінової кислоти	фенольних речовин	каротину
Пюре з гарбуза	5,10	0,50	1,74	5,28	51,00	35,70
Пюре з реномелесу	12,60	2,80	1,84	98,56	768,00	7,40

Отримані результати хімічного складу підтверджують, що напівфабрикати характеризуються високим вмістом біологічно активних речовин: L-аскорбінової кислоти та фенольних речовин. В їх складі міститься значний вміст пектинових речовин. Пюре з гарбуза характеризується наявністю каротину. Стосовно вмісту органічних кислот, то їх багато у пюре з хеномелесу, а пюре з гарбуза містить значно нижчий вміст органічних кислот, тому поєднання в готовому продукті кислого пюре з хеномелесу та слабокислого з гарбуза дасть можливість не тільки підвищити

харчову і біологічну цінність готового продукту, але й гармонійно збалансувати їх смакові властивості.

Особливістю технології топінгів є створення відповідної структури, яка формується за допомогою структуроутворювачів. Найчастіше роль структуроутворювачів виконує крохмаль, але у вихідних пюре з гарбуза і хеномелесу є достатній вміст пектинових речовин, які можуть виконати роль природних загусників при виробництві топінгів.

Для визначення рецептурних співвідношень складових пюре у готовому продукті проводили комбінування різних співвідношень пюре і досліджували їх в'язкість та аналізували органолептичні показники.

Комбінування пюре з хеномелесу та пюре з гарбуза проводилося в наступних співвідношеннях (%): 60 : 40, 50 : 50, 40 : 60 відповідно. Попередньо було встановлено, що найкращі органолептичні властивості притаманні зразку зі співвідношенням пюре з гарбуза 50 % та пюре з хеномелесу 50 %.

Готовий топінг має приємний кисло-солодкий смак, не відчувається специфічний аромат та смак гарбуза. Консистенція топінга однорідна, без помітних волокон та грубих часточок. Протягом зберігання не відбувається розшарування.

Приготування топінгу на основі пюре з хеномелесу та гарбуза дозволило отримати продукт з високими органолептичними, фізико-хімічними та структурно-механічними показниками збагачений біологічно-активними речовинами.

Таким чином, проведені дослідження підтверджують доцільність використання хеномелесу та гарбуза в технології топінгів як джерела органічних кислот та пектинових речовин і дають можливість створити продукт з високими антиоксидантними властивостями.

### **Список використаних джерел**

1. Недвига О. М. Біоекологічні особливості хеномелеса японського (*Chaenomeles japonica* (Thunb.) Lindl. ex Spach) і перспективи його культивування в лісостепу України : автореф. дис. ... канд. біол. наук. 03.00.05 – ботаніка / Центр. ботан. сад НАНУ. – Київ, 1994. – 23 с.
2. Губа Н. И. Овощи и фрукты на вашем столе / Губа Н. И. – Київ : Урожай, 1984. – 344 с.
3. Хомич Г. П. Використання хеномелесу в технології виробництва солодких соусів / Г. П. Хомич, Ю. В. Левченко // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С. З. Гжицького. Серія «Технічні науки». – Львів, 2015. – Том 17, № 4 (64). – С. 166–174.



## УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБІВ ІЗ ПРЯНИЧНОГО ТІСТА

**А. В. Феньків, ТХ-31**

**Ю. А. Мацук, к. т. н., доцент – науковий керівник**

Аналіз виробництва кондитерської продукції в останні роки показав, що в складних економічних умовах намітилася стійка тенденція до підвищення попиту населення на борошняні кондитерські вироби. Серед виробів, що користуються найбільшим попитом у споживачів, значний об'єм займають пряники, що обумовлено їх високими смаковими властивостями та невисокою вартістю.

Перспективним напрямом розвитку кондитерської промисловості є створення інноваційних технологій, розширення асортименту продукції із застосуванням сировини з підвищеним вмістом біологічно-активних речовин.

Особлива увага вчених приділяється науковим розробкам профілактичних продуктів, що знижують вірогідність захворювань, в тому числі і генетичних. Найбільш частим генетичним захворюванням являється – целіакія [1].

Загально відомо, що целіакія – хронічне захворювання, що характеризується пошкодженням слизової оболонки тонкого кишечника глютенем, рослинним білком, який міститься в злакових. Білки злаків мають в своєму складі 4 фракції: альбуміни, глобуліни, проламіни і глютеніни. Дві останні фракції носять назву «глютен».

Слід зазначити, що глютен – це нерозчинний у воді комплекс білків з малим вмістом ліпідів, цукрів і мінералів. При тривалому перебігу нерозпізнаної целіакії унаслідок інтоксикації організму глютенем спричиняються важкі вторинні імунні порушення: інсулінозалежний цукровий діабет, хронічний гепатит, артрит, стоматит, виразки кишечника, пухлини порожнини рота і шлунково-кишкового тракту, безпліддя. При целіакії на 78 % підвищується небезпека раку порожнини рота, кишечника і стравоходу. Ризик цих захворювань знижується після п'яти років строгої безглютенової дієти.

Для хворих на целіакію токсичні білки клейковини пшениці, ячменю, жита. Не токсичні білки кукурудзи, рису, а також гречки, сорго, люпину і амаранту [2, 3].

Метою даної роботи було удосконалення технології безглютенових борошняних кондитерських виробів шляхом повної та часткової заміни пшеничного борошна. Здійснено вивчення впливу безглютенового борошна на формування показників якості тіста і готових борошняних кондитерських виробів.

В якості безглютенового борошна було обрано кукурудзяне і гречане борошно вітчизняних виробників (борошно кукурудзяне (ГОСТ 14176-69), борошно гречане (ТУ 15.6-00952737-006-2002), в якому кількість глютену, не більше 20 ppm (20 мг/кг), що є основною вимогою до якості сировини для хворих на целиакію.

Основні завдання роботи: встановити оптимальне співвідношення складових безглютенових борошняних сумішей; науково обґрунтувати доцільність використання безглютенового борошна у виробках із пряничного тіста; дослідити вплив безглютенового борошна на перебіг основних процесів у безглютеновому тісті під час виробництва пряників; провести оптимізацію технологічних режимів виробництва безглютенових пряників; визначити фізико – хімічні показники безглютенових пряничних виробів та зробити порівняльну характеристику;

Необхідно відмітити, що безглютенове борошно має специфічні технологічні властивості, які відрізняються від властивостей пшеничного борошна, тому удосконалення кондитерських виробів потребувало проведення комплексу досліджень по визначенню їх впливу на органолептичні й фізико-хімічні властивості.

Об'єктом дослідження були обрані безглютенові борошняні кондитерські вироби – пряники (ДСТУ 4187:2003 «Вироби кондитерські пряникові»). Отримані кондитерські вироби відрізняються структурою, яскравим кольором, приємним смаком.

Визначено фізико-хімічні показники, які характеризують якість отриманих пряників з безглютенового борошна. Дані наведені в табл. 1.

**Таблиця 1 – Фізико-хімічні показники виробів**

№ з/п	Назва виробів	Масова частка во-логи, (%)	Масова частка золи, (%)	Масова частка жиру, (%)
1	Пряники з пшеничного борошна	14,5±0,20	1,8±0,02	26,5±0,75
2	Пряники з кукурудзяного борошна	14,0±0,22	1,5±0,02	25,5±0,55

№ з/п	Назва виробів	Масова частка вологи, (%)	Масова частка золи, (%)	Масова частка жиру, (%)
3	Пряники з гречаного борошна	14,2±0,20	1,1±0,02	26,0±0,75
4	Пряники з пшенично-гречаного	14,3±0,21	1,9±0,02	26,3±0,50
5	Пряники з пшенично-кукурудзяного	14,4±0,20	1,6±0,02	26,0±0,60
6	Пряники з гречано-кукурудзяного	14,1±0,20	1,8±0,02	25,8±0,75
7	Вимоги стандарту ДСТУ 4187:2003 «Вироби кондитерські пряникові»	Не більше 15	Не більше 2,0	Не більше 27,0

Встановлено, що заміна пшеничного борошна на безглютенове по сухим речовинам дає можливість отримати пряники з необхідними органолептичними й фізико-хімічними властивостями. Проведений комплекс досліджень показав, що розроблені вироби відповідають вимогам діючої нормативної документації.

Підсумовуючи все вище зазначене можна зробити висновок, що досліджено і науково обґрунтовано вплив безглютенового борошна на органолептичні та фізико-хімічні властивості тіста і готових виробів (пряники), що дозволило удосконалити інноваційні технології та рецептури на безглютенові борошняні кондитерські вироби. Застосування аглютенівих видів борошна надає можливість рекомендувати пряничні вироби хворим на целиацію.

### Список використаних джерел

1. Мукоїд Р. М. Глютен. Чому його можна не всім? / Р. М. Мукоїд, Н. О. Ємельянова, О. В. Чумакова // Современные направления теоретических и прикладных исследований : материалы междунар. науч.-практ. конф., 2013 р. – О. : 2013 – Вып 1., Т. 4. – С. 81–84.
2. Дорохович В. В. Безглютенові борошняні кондитерські вироби / В. В. Дорохович, Н. П. Лазоренко // Обладнання та технології харчових виробництв. – 2013. – Вип. 30. – С. 341–347.
3. Мукоїд Р. М. Безглютенова сировина для оздоровчих і дієтичних продуктів / Р. М. Мукоїд, Н. О. Ємельянова, О. В. Чумакова, В. П. Василів // Наукові здобутки молоді у вирішенні актуальних

проблем виробництва та переробки сировини, стандартизації і безпеки продовольства : III міжнародна наук.-практ. конф. молодих вчених, аспірантів і студентів, 2013 р. – Київ : НУБіП, 2013. – С. 303–304.

## **СЕКЦІЯ 27. ТЕХНОЛОГІЧНЕ ОБЛАДНАННЯ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ**

---

### **ВИКОРИСТАННЯ СУБКРИТИЧНОЇ ВОДИ В ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЯХ**

**И. Павлюх; И. Ореховский, ТХ-21**

**В. О. Сукманов, д. т. н., професор – науковий керівник**

Попередити негативний вплив факторів навколишнього середовища на здоров'я населення можна шляхом введення в раціон харчування людини біологічно активні речовини з рослинної сировини, які володіють антиоксидантними властивостями. Одним з продуктів, багатих біологічно активними речовинами є виноград і відходи від його переробки – виноградні вичавки, вихід яких в середньому становить від 13 % до 21 %. Вичавки складаються на 37–39 % (від загальної маси) з шкірки; 15–34 % – з частинок м'якоті, 1,0–3,3 % – із залишків гребенів; 23–39 % – з насіння.

Мета роботи – дослідити вплив параметрів процесу екстрагування виноградних вичавок субкритичною водою на вихід сухого залишку, що містить біологічно активні речовини.

Основними групами сполук з вичавок винограду є: ліпофільний комплекс; полісахаридних комплекс; поліфенольний комплекс; кислотний комплекс і баластні речовини.

Найбільший інтерес з біологічно активних речовин жому винограду представляють поліфенольні сполуки (таніно-катехиновий комплекс). Гігієнічні і лікувальні властивості поліфенолів, як біологічно активних сполук винограду, визначаються в основному антиоксидантною, антимутагенною, антибактеріальною, Р-вітамінною активностями поліфенолів винограду.

Поліфенольні сполуки винограду представлені різними класами органічних сполук, які мають дуже потужну антиоксидантну дію, за силою перевищує аскорбінову кислоту в 20 разів і  $\alpha$ -токоферол в 50 разів, завдяки чому ці сполуки названі найважливішими біологічно активними добавками десятиліття.

З меті отримання біологічно активних речовин з рослинної сировини використовують різні методи екстрагування: до них відносяться традиційні, такі як, мацерація – настоювання; ремацераційні методи (неодноразове настоювання), подрібнена мацерація або ремацерація, яка передбачає періодичне оновлення екстрагенту. При цьому екстрагент розділяється на порції і час настоювання. Повторна мацерація дещо меншими порціями свіжого розчинника дає кращий вихід, ніж, мацерація в один прийом усією кількістю розчинника. Перколяції – безперервна фільтрація, проціджування екстрагенту крізь шар сировини. Реперколяція – це повторна багаторазова перколяції, яка дозволяє отримувати концентровані екстракти при повному витяганні сировини.

З метою інтенсифікації процесу екстрагування розроблені електроімпульсний спосіб, магнітоімпульсний екстрактор, відцентрова і ультразвукової екстракції. На жаль, всі перераховані вище методи мають ряд недоліків (велика тривалість процесу екстрагування, неповний витяг цільового продукту, висока вартість обладнання, зміна конформаційної структури молекули, що озвучується, її просторової орієнтації і властивостей, деформування молекулярних ланцюжків на окремі фрагменти).

Найбільш сучасним, вдосконаленим ефективним методом екстракції є суб-і надкритична флюїдна екстракція.

У якості екстрагенту використовують розчинники з низькою температурою кипіння.

В останнє десятиліття, для екстракції і хімічної модифікації біологічно активних сполук запропоновано використовувати субкритичну воду (перегріта вода під тиском вище тиску насиченої пари при температурах від 100 °C до 374 °C, що дозволяє воді залишатися в рідкому стані і мати межу розділу фаз з парою, за умов існування достатнього обсягу).

Встановлено, що при створенні біологічно активних продуктів з вичавки винограду кращим є отримання сумарних поліфенолів, розчинених в рідкій фазі. Це обумовлено тим, що флавоноїди погано розчиняються у воді в звичайному її стані при використанні традиційних процесів екстрагування, тому, для вирішення завдання – витяг поліфенолів з виноградних вичавок з використанням водної екстракції – нами була запропонована флюїдна технологія, при якій екстрагування здійснюється водою.

Основними перевагами суб-і надкритической води як розчинника є: поєднання властивостей газів при високому тиску (низька в'язкість, високий коефіцієнт дифузії) і рідин (висока розчинна здатність); поєднання малого міжфазного натягу з низькою в'язкістю і високим коефіцієнтом дифузії, що дозволяє суб-і надкритичній воді проникати в пористі середовища легше в порівнянні з рідинами; висока чутливість розчинюючої здатності суб-і надкритичної води до зміни тиску або температури; простота поділу субкритичної води і розчинених в них речовин при скиданні тиску. Під впливом диполів води в 80 разів слабшають міжatomні або міжмолекулярні сили на поверхні зануреного в неї речовини.

Технологічні параметри процесу: температури, тиск, вид екстрагента, гідромодуль і подрібненість сировини.

З метою економії екстрагенту і зниження витрат при концентрації первинної витяжки при отриманні екстрактів з вичавок винограду найбільш часто використовують співвідношення сировини і екстрагенту 1: 5 і 1:10.

Рівень тиску прийнято 12 МПа, що забезпечує субкритичні умови і високий вихід речовини, що екстрагується так як руйнуються мембрани клітин.

Екстрагуванню піддавали сухі виноградні вичавки фракцією 3 мм, які запаювали в скляні ампули і завантажували в робочу камеру експериментальної установки субкритичної води.

Температуру варіювали від 100 до 160 °C. Час витримки становило 30 хв, 60 хв та 90 хв.

Вихід сухого екстракту на робочу масу при гідромодуль 1 : 5 описується регресійний рівнянням:

$$BЭ = 14,649 + 0,103t + 0,360\tau - 0,0014t\tau.$$

Вихід сухого екстракту на робочу масу при гідромодуль 1 : 10 описується регресійний рівнянням:

$$BЭ = 28,971 + 0,0745t + 0,0270\tau + 0,0006t\tau,$$

де  $t$  – температура екстракції, °C;

$\tau$  – час витримки, хв.

Отримані результати показали, що найбільший вихід сухих речовин має місце при наступних параметрах процесу: тиск – 12 МПа, температура – 150 °C, тривалість екстрагування –

90 хвилин, гідромодуль 1 : 10. При цьому було досягнуто 52 % виходу сухих речовин, що істотно вище, в порівнянні з результатами, одержуваними традиційними технологіями.

### **Список використаних джерел**

1. Influence of Parameters of Subcritical Water Extraction over Yield of Target Components from Grape Pomace / Sukmanov V., Petrova Y., Gaceu L., Birca A., Zavialov V., Popovici C., Lagovski I. // Book of Abstracts of the 3rd NEEFood Congress, 20–23 May 2015, Brasov, Romania. – Special issue of Journal of EcoAgriTourism: Transilvania University Press. – P. 96.

## **ПОРІВНЯЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЦЕСІВ ТЕПЛОВОГО ОБРОБЛЕННЯ ОВОЧІВ**

*І. А. Міхньович, ТХ-31*

*В. О. Скрипник, к. т. н., доцент – науковий керівник;*

*А. Г. Фарісеєв, к. т. н., ст. викладач – науковий керівник*

Одним із найцінніших продуктів харчування людини є овочі. Вони містять вуглеводи, білки, жири, мінеральні солі, органічні кислоти та є основним джерелом біологічно активних речовин у раціоні людини. До їх складу входять майже всі необхідні поживні речовини для активізації фізіологічних процесів, збереження високої імунності і працездатності організму.

Сьогодні овочі широко використовують у підприємствах громадського харчування для приготування різноманітних страв, холодних закусок, гарнірів до м'ясних і рибних страв. В овочах, як і в усіх продуктах харчування, під час теплової обробки відбуваються складні структурно-механічні та фізико-хімічні зміни, що зумовлюють їх кулінарну готовність.

Найчастіше приготування овочів здійснюється шляхом варення у водному середовищі з використанням плит та наплитного посуду. Але під час такого способу обробки з овочів у відвар переходить значна частина поживних речовин і мінералів, що в свою чергу знижує харчову цінність варених овочів. Крім того, такий процес характеризується високими питомими витратами електроенергії через необхідність нагрівання і підтримання температури проміжного теплоносія, який в подальшому взагалі не використовується.

Приготування овочів для салатів способом двостороннього жарення, у тому числі під дією електричного струму зможе усунути зазначені вище недоліки.

Метою роботи було визначення тривалості, виходу готового продукту та питомої витрати електроенергії під час двостороннього жарення овочів (картопля, морква, буряк) під тиском, в т. ч. під дією електричного струму.

В якості контролю при проведенні експериментів використовувались овочі після варення у воді в наплитному посуді на плиті з інфрачервоною конфоркою.

Результати експериментальних досліджень впливу способу теплової обробки на тривалість приготування овочів (рис. 1) свідчать, що напівфабрикати з буряку, картоплі та моркви товщиною 1 см варяться до температури в центрі 95 °С з подальшим термостатуванням до стану кулінарної готовності протягом 2 100 с, 840 с і 1 020 с відповідно. За двостороннього жарення під тиском, в т. ч. під дією електричного струму тривалість процесу скорочується в 3,23–4,12 рази для буряку, 2,4–3,5 рази для картоплі, та 3,37–3,54 рази для моркви.

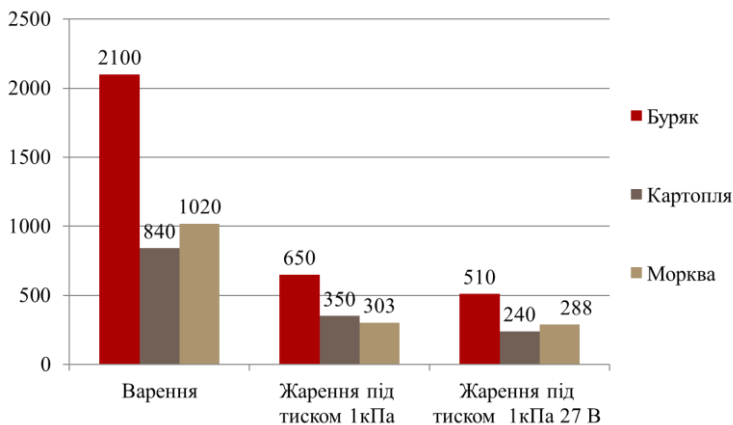


Рисунок 1 – Тривалість теплової обробки залежно від способу підведення теплоти до овочів

З рис. 2 видно, що найбільший вихід готового продукту спостерігається при варенні у воді, для буряку, картоплі та



моркви – 91,65 %, 94,52 % та 89,91 % відповідно. При жаренні під тиском, в т. ч. під дією електричного струму цей показник дещо менший, і становить для буряку – 74,45–75,03 %, для картоплі – 85,57–86,34 %, для моркви – 77,9–81,74 %.

Високий вихід готового продукту під час варення пояснюється тим, що процес відбувається у водному середовищі, яке перешкоджає значній втраті вологи. Однак під час варення у водному середовищі з овочів у відвар переходить значна частина поживних речовин і мінералів, що в свою чергу знижує харчову цінність варених овочів. Зниження виходу готового продукту під час двостороннього жарення можна пояснити тим, що процес протікає за температури поверхонь жарення 150 °С (порівняно з 100 °С під час варення), крім того, ті частини продукту, що не контактують з поверхнями інтенсивно втрачають вологу протягом усього процесу, а усі поживні речовини залишаються в продукті.

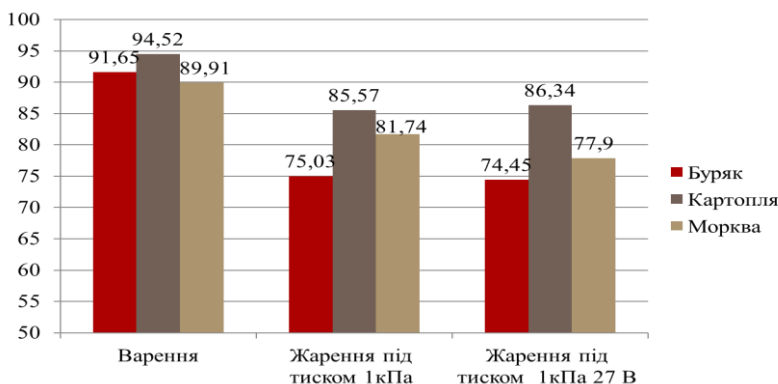


Рисунок 2 – Вихід готового продукту залежно від способу підведення теплоти до овочів

Останнім досліджуваним показником була питома витрата електроенергії. Як видно з рис. 3 питома витрата електроенергії також змінюються в залежності від способу теплової обробки. Не зважаючи на те, що під час варення спостерігається найбільший вихід готового продукту, даний спосіб обробки характеризується також і найбільшими питомими витратами електроенергії, що становлять для буряку, картоплі та моркви

3,63 кВт·год/кг, 1,25 кВт·год/кг, та 1,93 кВт·год/кг відповідно. Це пояснюється додатковими витратами на нагрівання і підтримання необхідної температури проміжного теплоносія – води, яка після приготування варених овочів не використовується.

Під час двостороннього жарення під тиском, в т. ч. під дією електричного струму такі витрати відсутні, і тому ці процеси характеризуються значно меншими питомими витратами електроенергії: у 2,27–2,83 рази для буряку, у 2,61–3,37 рази для картоплі, та 2,71–2,76 рази для моркви.

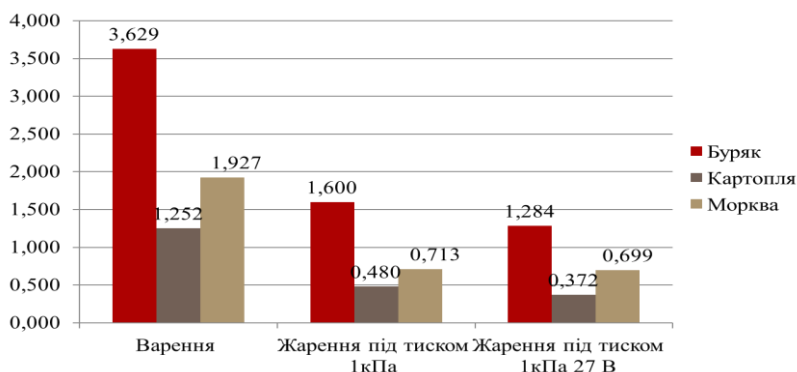


Рисунок 3 – Питома витрат електроенергії залежно від способу підведення теплоти до овочів

Після теплової обробки забарвлення харчових продуктів може зберігатися або змінюватися, причому найчастіше ці зміни небажані. Технологія обробки продуктів передбачає збереження нативного кольору або надання бажаного відтінку різними способами.

Органолептична оцінка якості показала, що якість готових виробів після двостороннього жарення під тиском, в т.ч. під дією електричного струму не гірше, ніж у контрольних зразків.

**Висновок.** В ході експериментальних досліджень встановлено:

Двостороннє жарення, в т. ч. під дією електричного струму в залежності від виду овочів дозволяє у 2,4–4,12 рази скоротити тривалість процесу теплової обробки порівняно з варенням у воді.

Двостороннє жарення овочів, у т. ч. під дією електричного струму дозволяє 2,27–3,37 рази зменшити питомі витрати електроенергії, забезпечуючи високі органолептичні показники якості готового продукту.

Таким чином, двостороннє жарення овочів під тиском, в т. ч. під дією електричного струму дозволяє значно скоротити тривалість процесу приготування та знизити питомі витрати електроенергії, а його впровадження у закладах ресторанного господарства дозволить отримати позитивний соціально-економічний ефект.

## **РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВЕЛИЧИНИ ПИТОМОЇ ПОВЕРХНЕВОЇ ПОТУЖНОСТІ НА ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕСУ ДВОСТОРОННЬОГО ЖАРЕННЯ М'ЯСА ПІД ТИСКОМ**

**О. О. Похитон, ТХ-31**

**В. О. Скрипник, к. т. н., доцент – науковий керівник;**

**А. Г. Фарісєєв, к. т. н., ст. викладач – науковий керівник**

М'ясо належить до найважливіших продуктів харчування, як джерело повноцінних білків, а також жирів, мінеральних, екстрактивних речовин і деяких вітамінів. За допомогою м'яса і м'ясних продуктів потреби людини в білку тваринного походження задовольняються приблизно на 27,4 %.

Найбільшого поширення серед споживачів набули жарені натуральні вироби з м'яса. Готують їх зазвичай основним способом, який характеризується значними втратами готового продукту, високотемпературним режимом, значною тривалістю і як наслідок підвищеною питомою витратою енергоносія. Апаратурна реалізація даного процесу представлена плитами та наплитним посудом, сковородами та апаратами для безпосереднього жарення, які відносяться до універсального теплового обладнання та мають підвищену питому поверхневу потужність. Це дозволяє здійснювати різноманітні процеси, але призводить до перевитрат енергоресурсів.

Саме тому з'являється потреба у розробці нових спеціалізованих апаратів, які мають відповідну для реалізації конкретного теплового процесу питому поверхневу потужність, та забезпечать скорочення тривалості теплової обробки, зменшення втрат маси, енергоресурсів, та дозволять отримати кращі органолептичні властивості готових виробів.

Автори [1, 2] довели, що отримати високоякісні готові жарені вироби з м'яса з виходом до 90 % можна за рахунок використання апаратів для двостороннього жарення під тиском. Крім того, такі апарати дозволяють забезпечити питомі витрати електроенергії на рівні не вище 0,16 кВт·год/кг.

В роботі [3] встановлено, що раціональним значенням питомої поверхневої потужності в діапазоні 10–60 кВт/м<sup>2</sup> для жарення натуральних порційних виробів з м'яса є 39,5–41,5 кВт/м<sup>2</sup>.

Метою роботи було дослідити вплив величини питомої поверхневої потужності на тривалість процесу двостороннього жарення м'яса під тиском, вихід готового продукту та питомі витрати електроенергії в діапазоні понад 60 кВт/м<sup>2</sup>.

Процес жарення м'яса проводився на експериментальному зразку апарата для двостороннього жарення під тиском. Контроль параметрів процесу жарення здійснювався за рахунок приладів (пристрої цифрові ТРЦ 02 Універсал плюс, лічильник електроенергії «Енергія-9», секундомір «ЕЛЕКТРОНИКА ИТ-01») у складі експериментального стенду. Дослідження проводились з напівфабрикатами виготовленими з найдовшого м'язу свинини товщиною 1 см нарізаними поперек волокон за наступних значень питомої поверхневої потужності: 50, 150, 250 та 350 кВт/м<sup>2</sup> від кожної поверхні жарення за температури поверхонь жарення 150 °С до досягнення температури в центрі зразку 72 °С. Під час усіх експериментів на дослідний зразок діяв надлишковий тиск 10–11 кПа.

З отриманих результатів (рис. 1) видно, що питома поверхнева потужність має практично лінійний вплив на тривалість процесу жарення, при чому її збільшення від 50 кВт/м<sup>2</sup> до 350 кВт/м<sup>2</sup> призводить до подовження процесу у 1,15 разу, від 68 до 78 с.

Окремо проводилися дослідження впливу величини питомої поверхневої потужності на вихід готового продукту. Даний показник визначався відношенням маси готового виробу до маси напівфабрикату. З рис. 2 видно, що зі збільшенням питомої поверхневої потужності від кожної поверхні жарення вихід готового продукту зменшується. Так, при питомій поверхневій потужності 50 кВт/м<sup>2</sup> вихід готового продукту становить 90,4 %, а її збільшення до 350 кВт/м<sup>2</sup> зменшує цей показник на 1,6 %, до – 88,8 %.

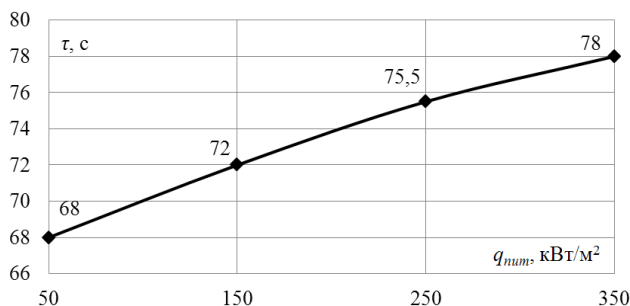


Рисунок 1 – Тривалість процесу двостороннього жарення м'яса під тиском залежно від величини питомої поверхневої потужності

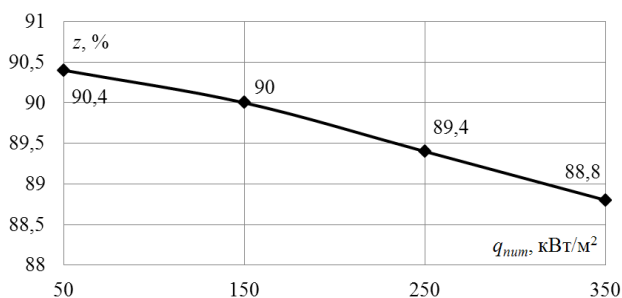


Рисунок 2 – Вихід готового продукту при двосторонньому жаренні м'яса під тиском залежно від величини питомої поверхневої потужності

Під час проведення експерименту окремо досліджували вплив величини питомої поверхневої потужності на питомі витрати електроенергії. Оскільки збільшення питомої поверхневої потужності призводить до збільшення втрат маси готових виробів та збільшення тривалості процесу жарення, питома витрата електроенергії при цьому також зростає (рис. 3). Так, при питомій поверхневій потужності від кожної поверхні жарення  $50 \text{ кВт/м}^2$  питома витрата електроенергії становить  $0,171 \text{ кВт*год/кг}$ , при потужності  $150 \text{ кВт/м}^2$  –  $0,279 \text{ кВт*год/кг}$ , при потужності  $250 \text{ кВт/м}^2$  –  $0,321 \text{ кВт*год/кг}$ , при потужності  $350 \text{ кВт/м}^2$  –  $0,343 \text{ кВт*год/кг}$ .

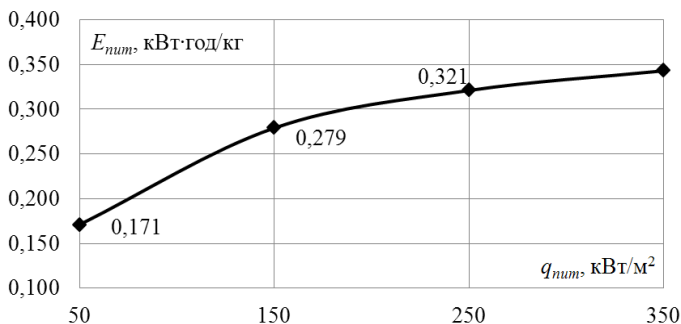


Рисунок 3 – Питома витрати електроенергії під час двостороннього жарення м'яса під тиском залежно від величини питомої поверхневої потужності

Органолептична оцінка якості показала, що всі вироби, жарені за різної питомої поверхневої потужності поверхонь жарення апарата, дійшли до стану кулінарної готовності (температура в центрі  $72\text{ }^{\circ}\text{C}$ ), вони мають характерні жареним виробам смак та золотаву поверхню. Варто відмітити, що вироби жарені за питомої поверхневої потужності на рівні  $250\text{--}350\text{ кВт/м}^2$  відрізняються більш вираженою скоринкою на поверхні, що можна пояснити як високим значенням питомої поверхневої потужності, так і високим значенням температурного напору  $\Delta\bar{T}_c > 10\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Проте, за рахунок підтримання протягом усього процесу жарення температури поверхонь нагрівання апарата на рівні  $150\text{ }^{\circ}\text{C}$  у готових виробах не утворюються шкідливі речовини – гетероциклічні аміни, а за рахунок забезпечення виходу готового продукту  $88,8\text{--}90,4\%$  всі вироби мають ніжну та соковиту консистенцію.

**Висновки.** В ході експериментальних досліджень встановлено:

1) збільшення величини питомої поверхневої потужності поверхонь нагрівання під час двостороннього жарення м'яса призводить до збільшення тривалості процесу та зменшення виходу готового продукту;

2) питомі витрати електроенергії збільшуються зі збільшенням питомої поверхневої потужності під час двостороннього жарення.

Таким чином, встановлено, що величина питомої поверхневої потужності поверхонь нагрівання апарата для жарення має значний вплив на ефективність процесу двостороннього жарення м'яса під тиском, а її збільшення понад 50 кВт/м<sup>2</sup> нецільне.

### **Список використаних джерел**

1. Скрипник В. О. Розробка обладнання для реалізації процесу двостороннього жаріння м'яса в умовах осьового стиснення : [монографія] / Вячеслав Олександрович Скрипник. – Полтава : ПУЕТ, 2012. – 173 с.
2. Черевко А. И. Возможные направления повышения энергоэффективности и ресурсосбережения процессов кондуктивного жарения мяса / А. И. Черевко, В. А. Скрыпник // Техника и технология пищевых производств. – 2013. – № 2 (29). – С. 97–102.
3. Скрипник В. О. Попередні дослідження процесу двостороннього жарення м'яса в умовах електроосмосу / В. О. Скрипник, А. Г. Фарісеєв // Прогресивна техніка і технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : Міжнар. наук.-практ. конф., присв. 45-річчю ХДУХТ., 18 жовтня 2012 р. : тези доп. – Харків, 2012. – С. 377–378.

## **СЕКЦІЯ 28. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ І ОХОРОНА ПРАЦІ**

---

### **СТАН УМОВ ПРАЦІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ НА ПРИКЛАДІ СУПЕРМАРКЕТІВ М. ПОЛТАВА ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ УМОВ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

**Н. О. Буцька, О. В. Бігун, А. М. Белиба, ТКД-51**  
**Т. І. Дмитрюк, асистент – науковий керівник**

Охорона праці – це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження життя, здоров'я і працездатності людини у процесі трудової діяльності. Законодавство охорони праці включає Закон України «Про охорону праці», Кодекс законів про працю України, Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціаль-

не страхування» та прийнятих відповідно до них нормативно-правових актів. На сьогоднішній день у м. Полтава більшість людей працюють на підприємствах торгівлі. Актуальною темою постає дотримання питань законодавства з праці.

Мета дослідження полягала у вивченні додержання законодавства з праці щодо працівників супермаркетів міста Полтави, включаючи гендерні аспекти, а також дискримінаційних практик на роботі.

Для дослідження обрані супермаркети м. Полтава. Було розглянуто такі питання: дотримання законодавства з праці, умови праці в цілому, умови зайнятості, тривалість робочого дня, система винагород, дискримінаційні практики (у тому числі дискримінація за ознакою статі).

Результати досліджень отримані шляхом спостереження, дискусії, перевірки даних при розмові з керівництвом вибірових точок торгівлі різних торгових марок.

Дослідження дотримання законодавства з праці показали позитивний висновок. У всіх супермаркетах було дотримано основних трудових прав: право на працю і право на отримання компенсації за виконану роботу. Зарплата виплачується на регулярній основі. Але були і деякі недоліки, а саме: право на отримання зарплати часто не дотримується в повній мірі: 1) рівень заробітної плати є рівним або відрізняється незначним чином для більшості працівників, незалежно від рівня відповідальності, позиції і робочого навантаження; 2) понаднормові години, роботи по вихідних днях, і додаткова робота, яка не включена в посадові обов'язки не компенсуються на задовільному рівні, як того вимагає закон; 3) широко використовується система внутрішнього покарання (штрафи), яка не є прозорою і не регулюється колективним договором, що уможливорює маніпуляції з боку керівництва щодо сум винагород за працю.

У всіх супермаркетах присутня гендерна дискримінація: щодо рівності прав статей у досліджуваних супермаркетах, то слід сказати, що права статей рівно не дотримувані. Це, у першу чергу стосується, правил гігієни праці – норм підйому вантажів. Більшість працівників супермаркетів становлять жінки.

Загальна нестача персоналу (в тому числі і вантажників) пов'язана з низьким рівнем зарплат, виливається у понаднормові навантаження щодо підіймання важких предметів як для жінок, так і чоловіків, що мають інші посади.



Було зазначено певну вікову дискримінацію у сфері зайнятості, що пов'язана з небажанням супермаркетів наймати працівників, яким залишилось менше 2–3 років до виходу на пенсію. Виявлені у дослідженні порушення прав працівників є результатом кількох обставин:

- працівники є погано поінформовані щодо власних прав, забезпечених законами України;

- керівництво нехтує обов'язком належним чином інформувати працівників щодо посадових інструкцій, і часто порушує права працівників користуючись цим незнанням та відсутністю спротиву;

- неформальні зв'язки всередині колективу є впливовим чинником регулювання трудових відносин. Працівники уникають «псувати стосунки» із керівництвом, оскільки це може призвести до погіршення умов праці та вплинути на її оплату;

- постійна нестача персоналу та підтримувана керівництвом політики плинності кадрів збільшує кількість порушень.

Серед наслідків такої політики – надмірні трудові навантаження та відсутність можливості захистити власні права. Колективи супермаркетів не мають організаційних можливостей для захисту прав працівників – при них не існує профспілок чи інших об'єднань працівників із відповідними завданнями. Мало працівників обізнані про такі організації. З іншого боку, утворенню об'єднань працівників «знизу» перешкоджає плинність кадрів та побоювання втрати роботи.

Рівність прав чоловіків та жінок не дотримується, в першу чергу, в сфері гігієни праці, а саме – у дотриманні норм підйому вантажів. Згідно з цими даними, в супермаркетах існує загальна нестача кадрів, в тому числі, і вантажників, що сприяє залученню інших працівників до розвантаження товарів. Таким чином, як жінки, так і чоловіки можуть перевищувати допустимі норми підйому вантажів у своїй робочій діяльності.

Дотичним до сфери гігієни праці є інший параметр – дотримання техніки безпеки. У сфері недотримання техніки безпеки існують проблеми, які стосуються переважно чоловіків. Мова йде про роботу на високих стелажах, яка може призвести до падінь та отримання травм. Травми можуть, також, бути отримані при роботі зі специфічними приладами, наприклад, механічними ріжучими машинами і інвентарем. В такому випадку,

постраждати можуть як чоловіки, так і жінки, адже на посадах у відділі «гастрономія» зустрічаються представники обох статей. На противагу цьому, керівництво, не навели жодного прикладу травмування на робочому місці. Щоправда, працівники супермаркетів, які брали участь в інтерв'ю, зазначали, що керівництво супермаркетів неохоче оприлюднює випадки отримання травм на робочому місці, адже в таких випадках воно зобов'язане сплачувати як компенсацію працівникові, який отримав травму, так і державні штрафи. Тому, розповсюдженням є не лише приховування, а й заперечення випадків отримання травм працівниками.

Спостереження показали, що супермаркети не завжди мають у розпорядженні необхідне оснащення для дотримання правил техніки безпеки та гігієни праці. Однак, керівник одного з маркету звернув увагу на тому, що всі правила техніки безпеки та гігієни праці в його супермаркеті дотримані, і працівники, не залежно від статі, мають необхідний спецодяг, засоби гігієни тощо.

Окремим аспектом, якому також було приділено увагу в межах даного дослідження, є умови праці вагітних жінок. Неподобними є випадки, коли вагітні жінки працювали до 7-го місяця вагітності – терміну, коли за законодавством жінка може йти в декретну відпустку. Керівники супермаркетів, так само, підтверджували, що в їх магазинах працюють вагітні жінки. Такий стан речей слід відмітити як позитивний факт, адже на ринку праці в нашій країні трапляються і випадки звільнення жінок без видимих причин, щойно їхня вагітність стає помітною, аби не оплачувати їм декретної відпустки. Однак, працівники одного з маркетів звертають увагу на інше порушення умов праці вагітних жінок. Згадуються випадки, коли вже на досить значних термінах вагітності, жінки виконували ту саму роботу і не переводились на полегшену. В більшості маркетів керівники повідомляли про переведення на полегшену роботу вагітних жінок та не навантажування вагітних жінок надмірно. Таке ставлення до жінок, звичайно, є позитивним. Однак, воно базується на хороших міжособистісних відносинах і не закріплене в посадових правах та обов'язках працівників. Домовленість про те, щоб менше навантажувати вагітних жінок є неформальною та незадокументованою.

Враховуючи існуючі проблеми в сфері пов'язаній з питаннями праці та гендерними аспектами в супермаркетах міста Полтави, пропонуються такі рекомендації для їх відсутності:

1. Складна структура роздрібної мережі призводить до різної і не уніфікованої корпоративної політики, про яку співробітники є також не проінформованими. Таким чином, необхідно підвищувати інформованість серед співробітників щодо корпоративних політик компанії і політики соціальної відповідальності.

2. Як показало дослідження, рівень заробітної плати і мотиваційні стимули повинні бути переглянуті, що неодмінно призведе до зниження плинності кадрів.

3. Інформування співробітників про їх обов'язки та відповідальність повинні бути покращені.

4. Керівництво повинне інформувати співробітників про їхні права, закріплені у національному трудовому законодавстві.

5. Підписання колективного договору при отриманні роботи в супермаркетах повинно мати місце. Якщо будуть випадки чи необхідність звернутися, повинен бути відділ чи особа, призначена для отримання та розгляду таких запитів.

6. Існує необхідність в проведенні тренінгів для керівництва, що пов'язані із Законом про рівні права та можливості та його застосування в мережі супермаркетів.

7. Слід звернути увагу на вікові аспекти зайнятості, щоб уникнути дискримінації за ознакою віку, знаючи, що більшість співробітників є жінки.

8. Необхідно заохочувати відповідальне батьківство та створювати дружнє до сім'ї робоче середовище. Це має бути однією з корпоративних цінностей компанії та включені в політику відносин із співробітниками (особливо беручи до уваги нещодавні зміни законодавства щодо вагітності та відпустки по догляду за дитиною). Наприклад, запропонувати гнучкий графік роботи для батьків, які мають маленьких дітей, або у випадку необхідності, створити дитячий садок в супермаркеті.

9. Необхідне проведення тренінгу для керівництва маркетів щодо кращих трудових та гендерних практик. Варто провести моніторинг виконання політик національного трудового законодавства.

**Висновки.** Стан умов праці у супермаркетах міста Полтави щодо дотримання законодавства з охорони праці та гендерних аспектів, дискримінаційних практик показав задовільний стан,

що викликане існуванням ряду недоліків на противагу позитивним сторонам. Серед значних проблем це не інформування працівників щодо їх прав відповідно національного трудового законодавства, вікова дискримінація, гендерна дискримінація. Зважаючи на існуючі недоліки розроблено рекомендації для керівників супермаркетів.

## **СЕКЦІЯ 29. ІСТОРІЯ УКРАЇНИ ТА УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ**

---

### **ТЕАТР КОРИФЕЇВ**

**А. А. Нацяк, Т-12**

**І. М. Петренко, д. і. н., професор – науковий керівник**

Театральне мистецтво в Україні сягає коренями сивої давнини, бере початок із фольклору. ХІХ століття створило передумови для виникнення нового театру. Царські укази про заборону українського слова і національного театру, а також безліч чиновницько-бюрократичних гальм хоч і сповільнювали розвиток української драматургії, заважали її розвитку, проте знищити не могли. Акторське мистецтво, сам театр набрали виразних суспільно-громадських функцій, сприяли піднесенню національної свідомості народу.

Театральне мистецтво в Україні вимагало якнайшвидшого створення професійної української театральної трупи. Ось чому в 1882 році в Єлисаветграді М. Кропивницький і заснував театральне товариство, до якого увійшли М. Заньковецька, М. Садовський, М. Старицький. Воно одержало назву театр корифеїв.

Оскільки репертуар на час виникнення театру корифеїв не був особливо широким («Наталка Полтавка», «Москаль-чарівник» І. Котляревського, «Сватання на Гончарівці», «Шельменко-денщик» Г. Квітки-Основ'яненка, «Назар Стодоля» Т. Шевченка), постала потреба в нових творах, в яких відчувався би подих сучасності. Їхніми авторами стали М. Кропивницький, М. Старицький, І. Карпенко-Карий. У 1881 році після довгих років боротьби корифеї одержали можливість ставити вистави українською мовою.

Корифеї українського театру працювали в різних жанрах сценічного мистецтва, їхній театр піднімався вище і вище, несучи глядачеві узагальнений образ хоч пригнобленого й убогого, але живого й нескореного народу. Недарма царський уряд не раз і не два обмежував творчі можливості українського театру, забороняв вистави, намагався не допускати на сцену серйозних творів, дозволяв виключно розважально-комічні.

У 1885 році єдина театральна труппа розділилася: М. Кропивницький зі своїми акторами відокремився від М. Старицького і його прихильників. Обидва колективи відразу ж почали самостійне творче життя.

Авторитет театру корифеїв був значно більший, ніж того на початку творчого шляху могли очікувати самі актори. Під час перебування на гастролях у Москві українські артисти були тепло зустрінуті передовою громадськістю. Художник І. Рєпін подарував М. Кропивницькому картину, на якій керівник труппи в козацькому вбранні керував човном серед бурхливого моря. У Петербурзі український театр сміливо конкурував з імператорським театром.

Робота в театральних труппах вимагала повної самовіддачі, зречення всіх благ. Творчі колективи М. Кропивницького, М. Старицького, М. Садовського, П. Саксаганського часто пішки мандрували з місця на місце, недоїдали, хворіли, ставали подібними до циганських таборів через мандрівний спосіб життя.

Граючи покривджених і зганьблених, акторка М. Заньковецька розкривала душу жінки з народу, бачила в ній страдницю. Марія Заньковецька вбачала в українському народі велику силу, захищала його право на рідну мову на I Всеросійському з'їзді театральних діячів. До останніх днів велика українська артистка піклувалася про талановиту молодь, її вважали своєю порадицею і наставницею В. Василько, Г. Юра, Н. Ужвій.

Великий талант, добра школа, надзвичайна працьовитість дали змогу М. Заньковецькій створити понад 30 неповторних ролей, які після неї вже ніхто не міг так майстерно зіграти. Акторка мала гарний голос – драматичне сопрано, бездоганно виконувала найскладніші пісні.

У 1906 році Марія Заньковецька та Микола Садовський організували в Києві перший стаціонарний український професійний

театр, якому аж через рік уряд віддав Троїцький народний дім як приміщення.

Неперевершено грав актор М. Садовський Опанаса (драма «Бурлака» Івана Карпенка-Карого), Командора («Камінний подар» Лесі Українки), воєводи («Мазепа» Ю. Словацького), Пузиря («Хазяїн» Івана Карпенка-Карого), городничого («Ревізор» М. Гоголя).

Трупа М. Садовського ставила українські, російські та зарубіжні п'єси, а сам керівник був неперевершеним майстром трагічних ролей. Не завжди об'єктивним був М. Садовський до театру Леся Курбаса та й самого режисера театру «Березіль», але ці думки залежали від того, що надто різними були течії цих творчих театральних угруповань.

Театр М. Садовського проіснував сім років, до початку Першої світової війни, коли царською владою було закрито не тільки театр, а й усі українські газети, журнали, книгарні.

Здобутки театру корифеїв зумовили розвиток вітчизняного театральнo-декораційного мистецтва і водночас, як це не парадоксально, поступ українського сценічного авангарду. Відтак, у 20-ті роки ХХ ст. український авангард кинув виклик традиційній театральній формі.

Стиль театру корифеїв поєднував драматичне й комедійне дійство з музичними, вокальними сценами, включаючи хорові й танцювальні ансамблі, вражав суто народною свіжістю й неподібністю до жодного існуючого театру.

## **УКРАЇНЬСЬКА ВИТИНАНКА ЯК ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНЕ МИСТЕЦТВО**

***Т. В. Писаренко, ГРС-13***

***І. М. Петренко, д. і. н., професор – науковий керівник***

Витинанка – стародавній вид декоративно-прикладного мистецтва, який був надзвичайно поширений в Україні. Цей вид мистецтва доніс до нас високу майстерність наших предків, яка передавалася з покоління в покоління, адже витинанки давні у своїх витоках і тісно пов'язані з буденним і святковим побутом народу. Будучи звичними прикрасами української хати, тематично оновлюючись, вони набули зовсім нового змісту.

Найбільш близьким для кожного з нас є декоративно-прикладне мистецтво, про яке знаємо ще з дитинства. Завдяки

йому ми і пізнаємо суть самого мистецтва. Декоративно-прикладне мистецтво – розділ мистецтва, який охоплює ряд галузей творчості, що присвячені створенню художніх виробів, призначених головним чином для побуту. Його творами можуть бути: різне начиння, меблі, тканини, знаряддя праці, засоби пересування, а також одяг і різного роду прикраси. Сьогодні декоративно-прикладне мистецтво розглядається, як важлива художня цінність, тому що виконує ряд важливих функцій у нашому житті, а саме: пізнавальну, естетичну, комунікаційну. Декоративно-прикладне мистецтво – предметно-духовний світ людини, який включає в себе численні види художньої практики – це плетіння і ткання, розпис і вишивка, різьблення і виточування. Кожен вид декоративно-прикладного мистецтва нашого народу по-своєму цікавий і захоплюючий. Витинанки, без сумніву, це ще один чудовий вид творіння, який потребує більш детального вивчення.

Витинанки – це орнаментальні фігурні прикраси житла, ажурно витяті ножицями, вирізані ножом з білого або кольорового паперу. Від назви техніки виготовлення (витинати) походить і термін. Нескладні для опанування прийому витинання й недорогий матеріал дали чудові зразки прорізаного паперового декору, в якому втілені вічні символи природи, багатство фантазії, досвід пізнання світу» [3, с. 4].

Термін «витинанка» вперше з'явився в літературі 1913 р. Але відсутність терміна аж ніяк не може заперечити існування давніх витинанок. Кожний різновид ажурних паперових прикрас у різних регіонах і навіть осередках називали по-своєму: стригунці, зірочки, хрестики, козаки тощо. На Подніпров'ї та Слобожанщині найуживаніша назва – квіти.

Розквіт українських народних витинанок припадає на кінець XIX – початок XX століття. Із села вони переходять у місто завдяки міграції сільського населення. У міських квартирах з'являються паперові серветки, фіранки. У деяких школах вводили знайомство з витинанкою як предмет, спрямований на естетичне виховання. Це народне мистецтво викликало суперечки між інтелігенцією, одна частина якої вбачала необхідність популяризації витинанки, інша – схилилася до визнання полемічного мистецтва та ігнорувала витинанки, як примітивізм [6, с. 227].

Однак як би не оцінювали витинанки, головне те, що вони не залишилися непоміченими. Незаперечним фактом цінності

народного прикладного мистецтва є невичерпний потенціал розвитку творчої уяви, фантазії. Художник І. Репін, за його визнанням, прилучився до живопису саме з витинанок, які вирізував у дитинстві разом із сестрою. Виготовленням витинанок у дитинстві захоплювалися також М. Гоголь, художники Г. Нарбут, М. Добужинський.

Початкові відомості про паперовий декор в українських сільських хатах дійшли з першої половини XIX ст. Г. Квітка-Основ'яненко в повісті «Щира любов» описав хатні прикраси на Харківщині: «Усі позаквітчувані були всякими квітами: коли улітку – то справнішими, на зиму – то робленими з шпалерів; а перед образами висіли на шовковинках голуби, зроблені теж з шпалерів» [4, с. 37].

Високу художню оцінку цьому виду народного мистецтва дав І. Франко у статті-огляді крайової виставки у Львові. Він підкреслив високу майстерність цих витворів, зацікавився технікою виготовлення та географією поширення, закликав українських етнографів і мистецтвознавців звернути увагу на даний вид народних промислів і надрукувати альбом кращих зразків. Відомо, що багаточисельна сім'я І. Франка часто влаштовувала вечори для друзів, на яких гості повинні були змагатися у майстерності вирізати ножами або ножицями портрети один одного. Потім всі вирізані роботи наклеювалися на картон і картинка віддавалася переможцю [1, с. 2–16].

За наших часів витинанки не втратили ні своєї оригінальності, ні популярності. Адже у сучасному світовому суспільстві набуває актуальності не тільки питання збереження національних особливостей кожного народу, але і їхній розвиток. Паперові витинанки життєздатні і в умовах сучасного міста, застосовуються як новорічні прикраси вітрин і вікон. Це свідчить про те, що витинанки мали тісний зв'язок з іншими видами мистецтва. Доповнюючи один одного, вони створювали неперевершені шедеври чи просто зручні і красиві речі. Витинанка дійсно стала популярною. Це доводить велика кількість виставок, які проводились і проводяться на території України та поза її межами [5, с. 3].

Сучасні майстрині почали відновлювати традиції витинанки, додаючи до них щось нове і цікаве, тим самим збагачуючи мистецьку скарбницю народу. Тому аналізуючи сучасну витинанку можна з впевненістю сказати, що вона набуває все більшого поширення і застосування. Наприклад, на Київщині майстри



розвивають давню традицію: вони витинають з білого або кольорового паперу насичених тонів комічні фігурки людей, які і на сьогодні викликають здивування і зацікавлення. Часто витинанки створюють для ілюстрування дитячих книжок, шкільних підручників, які допомагають маленьким читачам пізнати чарівний світ природи, усвідомити його красу і духовно збагатитися. Відома витинанкарка М. Павлова не просто виготовляла витинанки як ілюстрації до пісень, а поставила собі за мету створити таку книжку як єдине ціле. І їй це вдалося, адже майстриня в єдиному гармонійному ансамблі поєднала текст із витинанками [2, с. 9].

Повертаючись до рідних витоків захотілося дізнатися про розвиток паперової витинанки на Полтавщині. Як виявилось, на даний час цим мистецтвом займається два майстра. Витинанкову Полтавщину представляють Дмитро Король (Кременчук) та Тетяна Ваценко (Полтава).

Підводячи підсумки сказаному, можна побачити, що мистецтво витинанки поки що знаходиться на початковому етапі свого відновлення та розвитку. Опрацьована література, наукові матеріали, періодичні видання дають можливість стверджувати, що цей вид мистецтва не достатньо представлений у творчості народних майстрів не тільки полтавського краю, а й взагалі українського. Саме тому тема витинанки є особливо цікавою та актуальною у вивченні сучасних видів народного мистецтва.

### Список використаних джерел

1. Антонович Є. А. Декоративно-прикладне мистецтво / Є. А. Антонович, Р. В. Захарчук-Чугай, М. Є. Станкевич. – Львів : Світ, 1998. – 272 с.
2. Мельник В. М. Мистецтво витинанки та аплікації : навч. посіб. / В. М. Мельник. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2006. – 256 с.
3. Пасюта А. Сакральний смысл основных символов / А. Пасюта // Сегодня. – 2009. – № 89. – С. 13.
4. Степовик Д. Мистецька вітальня Василя Корчинського / Д. Степовик // Дивослово. Українська мова й література в навчальних закладах. – 2006. – № 5. – С. 65.
5. Проценко Л. Витинанка: у давнину і сьогодні / Л. Проценко // Жінка. – 2007. – № 3. – С. 11.
6. Історія декоративного мистецтва України : у 5 т. / [голов. ред. Г. Скрипник]. – Київ, 2011. – Т. 4: Народне мистецтво та художні промисли ХХ століття. – Київ, 2011. – 363 с.

## **СЕКЦІЯ 30. ФІЛОСОФІЯ. ЛОГІКА. РЕЛІГІЄЗНАВСТВО**

---

### **ФІЛОСОФІЯ ЩАСТЯ**

**Д. В. Усенко, ПР-12і**

**М. М. Мовчан, к. ф. н., доцент – науковий керівник**

Проблема щастя постала сьогодні як ніколи гостро. З одного боку, величезна кількість оманливих насолод і захоплень сьогодення, а, з іншого боку, жахливі показники інфарктів і нервових хвороб по всьому світу свідчать про гострий дефіцит щастя, явне його зубожіння і звуження його сфери. Поглядів і роздумів про щастя, від найдавніших часів до наших днів, було дуже багато. Для когось щастя – це «абсолютна» свобода, бажання діяти так, як заманеться, що у свою чергу завжди робить людину нещасною і в кінцевому випадку вона сама це визнає. Хтось вважає, що щастя – це повна спокійна самовдоволеність власним життям, але ж на світі існує багато різноманітних проблем і рано чи пізно таке задоволення зникне у зв'язку з неминучою старістю чи якоюсь хворобою або ж зі смертю близьких нам людей, а разом з ним зникне і так зване щастя. Можливо хтось почувається щасливим тоді, коли досягає поставленої мети, але ж все тече, все змінюється і колись (а може й відразу після того, як людина зрозуміла що це для неї і є щастя) мета стає недосяжною, а з нею і щастя [1].

Людина завжди прагне до щастя, вкладаючи своє розуміння, але що ж насправді персоніфікує поняття «щастя»: стан здійсненої мрії, безмірну радість або задоволеність життям? Ще грецькі філософи, виявляючи природу щастя, говорили про існування якогось демона-охоронця, що забезпечує радість, успішність, насолоду життям. Але вже в Сократа розуміння щастя пов'язане із внутрішнім світом людини – його душею.

Відповідь на питання «чи може бути щасливою людина, особисті інтереси якої суперечать суспільним?», – не так проста, як може здатися на перший погляд. Досвід показує, егоїстична орієнтація тільки на власні інтереси, найбільш ефективна, як представляється іноді індивідові, що веде його до щастя, насправді веде від нього. Егоцентризм – неввірно обраний напрямок життя, тому він небезпечний не тільки своїми наслідками

для інших людей, але й завдає істотної шкоди своєму носію [2, с. 118].

В історії давньогрецької етики проблема щастя була представлена трьома найбільш фундаментальними варіантами, а саме: стоїчним, епікурейським і скептичним. Щоб бути щасливою, людині не потрібен ні бог, що допомагає їй зверху, ні безсмертна душа і потойбічне життя, ні політично організоване суспільство, що опікає її, ні речі (включаючи багатство й розкоші), і навіть ті чи інші фізичні якості. Віднині людина мала потребу тільки у своєму розумі, що правильно міркував і вказував шлях до повного і цілковитого спокою душі, що й виступав як справжнє щастя.

Найцікавішою частиною стоїчної філософії була етика, котра на протязі більше п'ятисот років несла такий могутній заряд мужності, що для багатьох поколінь була змістом усього життя. Як для епікурейців і скептиків, так і для стоїків метою життя було щастя, котре полягало в тому, щоб слідувати природі. Зенон і проповідував філософію життя згідно природи. А полягало таке життя не в використанні благ і насолод, не в потуранні своїм бажанням, а в відсутності потреб і пануванні розуму. Лише розум може дати людині свободу від зовнішньої необхідності та від мінливості долі [1].

У Піфагора досягнення щастя безпосередньо пов'язано з моральним вдосконаленням людини, зі здоровим способом життя. Цей мудрець був переконаний, що те, наскільки людина щаслива, залежить від образу думок, слів, вчинків: «Не ганяйся за щастям: воно завжди знаходиться в тобі самому» [3, с. 57].

Демокрит проголосив, що мета життя людини – досягнення щастя. Щастя – в умінні задовольнятися наявним. Це не тільки абстрактне теоретизування про благо і чесноти, а й заклик до конкретних дій. Потрібно добре відноситись до людей і не забувати постійно підтримувати своє відношення реальними справами.

Сократ своє завдання вбачав у пробудженні божественного голосу в кожній людині: адже тільки тоді людина по-справжньому народжується, відкриває очі на світ, починає жити за законами природи, Всесвіту. Так людина знаходить щастя. Сократ був переконаний (і підкреслював своїм власним способом життя), що щастя ніяк не залежить від матеріального благополуччя. Чим менше людині треба, тим менше в неї суєти, турбот і тривоги. А це і є щастя [3, с. 100].

Вершиною всієї давньогрецької філософії вважається вчення Аристотеля. Він вважав, що щастя людини або її вище благо проявляється у повноті розвитку й використанні важливіших здібностей людини. Якщо раніше у греків було звичаєм пов'язувати щастя з заступництвом добрих геніїв, то в Аристотеля щастя є наслідок самостійної людської діяльності і, отже, залежить тільки від людини. Щастя – це досконале життя на великому проміжку часу [4].

Римський філософ Сенека, переймаючись проблемою щастя людини, відкрив у неї поняття «совісті» як духовної сили і морального фундаменту, поставивши його на перше місце (до нього такого не було ні в грецькій, ні в римській філософській етиці).

Серед відомих імен філософів навряд чи можна виявити хоч одного мислителя, який би не висловлювався з цього приводу. У Григорія Сковороди категорія щастя займала провідне місце. Г. Сковорода, так само як і Сократ, вважав щастям реалізацію людиною власної природи. Г. Сковорода говорив, що вищою метою людини є щастя, і серед численних факторів щастя (зовнішні, тілесні, внутрішні) найголовнішим чинником є внутрішній стан душі. Мислитель вважав, що ніщо зовнішнє не може вплинути на внутрішній світ людини [5].

Необхідною передумовою на шляху людини до щастя, є дотримання нею принципу «спорідненої» («сродної») праці – її відповідності тому вищому, розумному і справедливому началу, що визначає сенс людського буття. Досягнення людського щастя, на його думку, не пов'язане з примноженням людиною своїх матеріальних потреб. Аналізуючи твори Г. Сковороди, можна побачити рецепт щастя, якого давно шукають люди. По-перше, треба не шукати щастя в зовнішньому, а також у матеріальних цінностях, воно знаходиться в середині людини, в її серці. По-друге, щасливою може бути людина, яка спілкується з Богом, йде дорогою добра, а не зла. По-третє, щаслива людина знайшла свою «споріднену» працю, де праця приносить їй велике задоволення. Все своє життя Григорій Сковорода шукав шлях до щастя і знайшов його у внутрішній свободі. Тому його бажанням було, щоб на його могилі висікли слова: «Світ ловив мене, але не спіймав» [6].

Розуміння щастя залишається і надалі філософською проблемою, яка потребує подальшого розгляду. Адже поки люди будуть прагнути пізнати сенс буття – це питання не втратить свою актуальність.

## Список використаних джерел

1. Кравченко П. А. Щастя як загальна мета людського життя в античній етиці стоїцизму [Електронний ресурс] / П. А. Кравченко, С. М. Москаленко. – Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-text-11834.html>. – Назва з екрана.
2. Володін П. В. Сенс життя людини як філософська проблема / П. В. Володін // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2012. – № 51. – С. 118–125.
3. Бахтин М. В. В поисках счастья. Религиозно-этические учения древности / М. В. Бахтин. – Москва, 2005. – 180 с.
4. Щастя як філософська проблема [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://aphy.net/forum?task=viewtopic&id=1584>. – Назва з екрана. – Назва з екрана.
5. Гродікова О. В. Проблема щастя в філософській спадщині Сковороди [Електронний ресурс] / О. В. Гродікова. – Режим доступу: [http://schoolz.at.ua/news/problema\\_shhastja\\_v\\_filosofskij\\_spadshhini\\_s\\_kovorodi/2011-02-02-10](http://schoolz.at.ua/news/problema_shhastja_v_filosofskij_spadshhini_s_kovorodi/2011-02-02-10). – Назва з екрана.
6. Філософія Г. Сковороди [Електронний ресурс] / Філософія Г. – Режим доступу: <http://textbooks.net.ua/content/view/5170/45/>. – Назва з екрана.

## АБСОЛЮТНА ЗБРОЯ – ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ

**А. О. Михайлик, ТЕМС-21**

**І. В. Усанов, к. філос. н., доцент – науковий керівник**

Будь-яка людина знає що таке війна. Війна – це дія, яка веде за собою розруху, вбивства, задля досягнення певних цілей.

Проте наше сприйняття навряд чи настільки ж реалістичне з приводу інформаційних війн. Хоча цей термін і здається досить знайомим, проте, це не так. В певному сенсі інформаційна війна – це наша повсякденне життя, дійсність. Однак Ви скажете, про те, що не берете участь ні у яких війнах, і ніяким чином не замішані в інформаційних війнах, і ця інформація є для Вас безкорисною. Це головна помилка більшості людей. Суспільство стикається з інформаційними війнами набагато частіше, ніж їм здається. Саме тому, ми їх і не помічаємо, ми просто до них вже звикли, як до повітря, яким дихаємо, як не звертаємо уваги на шум міста...

Так, в інформаційних війнах, на відміну від класичних, людей не вбивають, проте, корчать нашу психіку і деформують

інтелект. А руйнуються в таких війнах системи комунікацій. Поняття «інформаційна війна» включає в себе два аспекти: перший – це «кібервійна» – руйнація інформаційних систем, та захист своїх; другий – вплив на суспільну та індивідуальну підсвідомість суперника, і одночасний захист свого населення.

Суть інформаційної війни досить проста і виражається відомою соціологічною теоремою Томаса: «Если люди определяют ситуации, как реальные, то они реальны по своим последствиям». Іншими словами, якщо люди сумніваються в дійсності, того, що вони захищають, то з великою ймовірністю вони програють. Проте, як змусити людину підкорятися саме твоїй думці? Читати постійні нотації? Та тут навіть каменюку б знудило!

Людина придумала більш гуманний і непомітний спосіб схилити людину до своєї точки зору. Створити реальність, яка буде здаватися істинною. Зрозуміло, що зробити це, досить складно, але можливо! І таку величезну систему, яка б впливала не лише на одну людину, але й на все суспільство можуть забезпечити лише засоби масової інформації. Людина не повинна зрозуміти, що більшість її думок сформована з зовнішнього світу, інакше мас-медіа, не зможуть впливати на суспільство, як раніше.

Як же тоді включати і керувати емоціями інших людей, та ще й через мас-медіа?

Відеопослання важливі не самі по собі, а як спосіб викликати і контролювати певні емоції. Про які емоції може йти мова?

Найпростіша класифікація включає всього чотири базові людські емоції: страх, гнів, депресію і радість. Енергетичну мобілізацію здатні викликати три з них: страх, гнів і радість. Залежно від типу бажаних емоцій можна виділити три основні медійні тактики: послання, що викликає відчуття тріумфу і/або єдності, торгівля страхом, пробудження гніву і люті.

І тут з'являється інстанція, яке несе нам послання, що вже включають одне з вище перерахованого. Чим більше люди довіряють інстанції, тим сильніше впливає на них послання. На думку Арістотеля, домогтися довіри не так уже й складно: всього-на-всього треба бути доброчесною людиною. Особиста доброта – найефективніший спосіб переконання.

До речі, вчені підрахували, що на всій нашій планеті лише 5 % людей мають власну думку і не залежать від мас-медіа. Як же нам не потрапити під вплив своєї «чужої» думки?

Щоб визначити, маніпулюють нами чи ні, можна спостерігати за власним психоемоційним станом. Деякі його зміни з високою ймовірністю вказують, що вами намагаються маніпулювати.

Але тут і криється головна трудність виявлення маніпуляції. Адже якщо емоції вже викликані, ми залишаємось на волі їхніх хвиль і відпускаємо віжки самоконтролю, перестаємо спостерігати за власним станом. Чи є вихід з цієї пастки, коли маніпуляцію видає порушення психоемоційного балансу, але, в свою чергу, його порушення обмежує нашу здатність до рефлексії, тобто до виявлення маніпуляції?

Якщо ви раз за разом намагаєтесь фіксувати зміну свого психоемоційного фону і шукаєте пояснення того, що відбувається, то в кінці кінців це стане виходити і увійде у вас у звичку. Подібна звичка до моніторингу емоцій корисна як сама по собі, так і в якості способу виявлення спроб маніпуляції – не важливо, в міжособистісному спілкуванні або через медіаманіпулювання.

Що ж робити у відповідь на медіаманіпулювання?

По-перше, можна спробувати припинити маніпуляцію найрадикальнішим способом – перестати дивитися телевізор або принаймні новинні випуски та «аналітичні» передачі ТВ. Майте на увазі, що позбувшись від спілкування з телебаченням, ви не позбудетеся від спілкування з людьми, які його дивляться. Стало бути, якщо не безпосередньо, то опосередковано все одно доведеться мати справу з медіаманіпулюванням, у тому числі і в соціальних медіа.

Але все ж у випадку відмови від телебачення вдається захиститися від найбільш сильних вражаючих ефектів маніпулювання. Ті, хто дивиться його багато і постійно, фактично дозволяють імплантувати собі в мозок електроди.

По-друге, можна віддатися на волю маніпулятора, що відбувається не так уже й рідко. Просто тому, що людям так зручніше: не треба вступати в ризикований конфлікт з думкою більшості. Та й просто лінє мати власну точку зору. Пам'ятайте: люди ліниві й не допитливі, а думати – найважче в світі заняття.

По-третє, можна спробувати виступити проти маніпуляторів і маніпуляції, присвятити себе їх викриттю. Заняття благородне, але вельми невдячне.

Людина вже перестала звертати увагу на правильність новин, на їх доцільність, суспільству лінь думати. Але ж в тільки задумайтесь, як нас дурять!!! Кожен сам повинен вирішити, чи хоче він продовжувати таке життя? У кожного є вибір, тож треба обрати правильне. А правильне у кожного своє. Тож...обирайте!

### **Список використаних джерел**

1. Валерий Соловьев. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования : в 1 т. / Валерий Соловьев. – Київ : Эксмо, Москва, 2015. – 108 с.

## **ФІЛОСОФІЯ ЖІНОЧОГО ІСНУВАННЯ ЗА ТВОРОМ СІМОНІ ДЕ БОВУАР «ДРУГА СТАТЬ»**

***М. Р. Рибкіна, ГРС-21***

***І. В. Усанов, к. філос. н., доцент – науковий керівник***

Нашою метою було показати світ Сімони де Бовуар, який постає саме жіночним, відмінним від узвичаєного патріархального підходу. У творі «Друга стаття», авторка змогла показати тотальну відчуженість жіночого існування в ролі «іншої», підлеглої, в якому впливають традиційні уявлення про жінку, нав'язані «сильною» статтю. Так, як книга вийшла у 1949 р., то вона підсумувала цілий етап у розвитку феміністичного руху. В останні десятиліття ХІХ і на початку ХХ ст. починає наростати боротьба за соціальні і політичні проблеми права жінки.

В роки навчання, і впродовж своєї педагогічної діяльності Сімона де Бовуар переймається новим «почуттям свободи», і тому вона осмислює жіночі проблеми з екзистенціальних позицій. Намагається розвінчати численні міфи та приписи, що посилювали нерівноправність статей та викрити всілякі вигадки про життєве призначення жінок.

Проблематика «Другої статі» виходить за межі власне феміністичної, якщо звужено трактувати фемінізм перш за все як ідеологію боротьби за жіночу емансипацію й рівноправність. Сімона де Бовуар спробувала поєднати риси наступальної фемі-



ністичної публіцистики і строгого наукового дослідження. Автор розглядає поняття жіночої екзистенції, жіночого призначення і ролі в суспільстві у найрізноманітніших аспектах. Адже, не тільки біологічні особливості впливають на долю людини.

Сімона заперечує патріархальне переконання, яке не дозволяє жінці бути повноправною господинею своєї долі. Наші біологічні характеристики вказують лише на різницю між статями, але не пояснюють, чому жіноча стать приречена на вторинність, тобто підлеглу роль. Всупереч прогнозу Енгельса, соціалістичне суспільство не знищило сім'ю і не звільнило жінку. У патріархальному суспільстві чоловіки трактують жінку, як проміжну опосередковану ланку між мертвою природою і вищою духовною сутністю. Саме поняття «іншої» дуже важливе для розуміння всієї концепції Сімони де Бовуар. Жінка в патріархальному суспільстві позбавлена екзистенційної повноти і свободи вибору, бо це б утверджувало її суверенність поряд з іншою статтю.

Як підсумовує автор: «жінку характеризує те, що відрізняє її од чоловіків, але не навпаки; він – головний, вона – другорядна. Він – суб'єкт, абсолют. Вона – інша». «Драма жінки саме в конфлікті між настійним прагненням будь-якого суб'єкта утвердити свою самодостатність і її становищем, яке перетворює її в підлеглий об'єкт». І тому, причини такого становища автор намагається шукати в історії.

Чи справді існував матриархат? Коли людина ще тільки вагалася між магією і технікою, жінка посідала визначне становище в клані. Оскільки матір виношувала в своєму лоні дитину, наділяла магічними здібностями, була уособленням Землі, природи. Але спираючись новіші дослідження, управлінська влада їй ніколи не належала, і золотий вік жінки лише міф.

Пригнобленню жінки сприяла християнська традиція. Але у XIX ст. під час великої промислової революції, вона зміцнює свої економічні позиції. Починається боротьба за вирівнювання заробітної плати, жінки приєднуються до профспілкового руху, створюються найрізноманітніші жіночі організації. Активна участь у виробництві збігається з поступовим запровадженням контролю за народжуваністю. І тепер, нарешті, жінка має можливість самій розпоряджатися власним тілом.

У сучасному світі зникло багато причин жіночого гноблення. Але залишились патріархальні стереотипи, які є найважливішими причинами дискримінації. Патріархальна свідомість стверджує, що жінка не може творити, але вона надихає творця, у своїй пасивності і зовнішній досконалості, тобто ролі покірної дружини.

Жінка усвідомлює себе й самостверджується аж ніяк не у покірній відповідальності до чоловічих уявлень. Ще з дитинства дівчинку орієнтують на традиційні патріархальні цінності. Як наслідок, виникає комплекс неповноцінності у порівнянні з братами, яких батьки готують до якихось значніших ролей у світі. Це приводить до того, що дівчата відстають у навчанні і втрачають інтерес до зовнішнього світу, звикнувши виконувати дрібні хатні обов'язки. Зоставшись з єдиною жагучою мрією про «прекрасного принца», тобто виграш у шлюбній лотереї.

Також, автор відзначила мінливість ідеалу жіночої краси у різні історичні періоди. У періоди економічних спадів, промислових криз, зростає потік захоплень жіночою красою, тенденцією. І навпаки, в тоталітарних суспільствах, з'являються заклики бути сильною, мужньою. Суспільство дало жінці доступ до вищої освіти, можливість професійного росту, але планка цього росту була добре зафіксована. Ми майже не бачимо жінок в політиці, серед керівників підприємств, на вершинах університетської ієрархії.

Проблеми, яких торкається автор, це не лише жіночі проблеми. Ототожнення чоловічого з загальнолюдським, універсальним приводить до того, що представник сильної статі також стає бранцем нав'язаних стереотипних ролей і боїться вийти за рамки «мужності», видатися фемінним, надміру м'яким чи ніжним. Ідеал дужого і брутального самця-завойовника застарів, і невідомо, що приходить йому на зміну. Отже, це обопільне незнання приводить до численних конфліктів і непорозумінь.

### **Список використаних джерел**

1. Сімона де Бовуар. Друга стаття : в 2 т. / пер. з фр. Н. Воробйової, П. Воробйова, Я. Собко. – Київ : Основи, 1994. – Т. 1. – 390 с.
2. Сімона де Бовуар. Друга стаття : в 2 т. / пер. з фр. Н. Воробйової, П. Воробйова, Я. Собко. – Київ : Основи, 1995. – Т. 2. – 392 с.

## СЕКЦІЯ 31. СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОСТІ

---

### ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

**В. В. Шуть, Філ–11**

**С. Ж. Вerezomська, к. і. н., доцент – науковий керівник**

Століттями у людей склалися стереотипні уявлення про образ чоловіка і жінки, які до сих пір поширюються на всіх представників тієї чи іншої статі, незалежно від їх індивідуальних особливостей і віку. Ці стереотипи стосуються як особистісних рис чоловіків і жінок, так і особливостей їх поведінки.

Сьогодні ми живемо в часи швидких змін. Звичайно ж змінюються і взаємини між чоловіками і жінками в усіх сферах життєдіяльності суспільства. Утвердження гендерної рівності – важливий напрям в Україні за останні роки. Це питання проходить через всі проблеми сьогодення і актуально в житті кожного з нас.

Важливу роль у поясненні походження гендерного стереотипу відіграла концепція «природної» взаємодоповнюючі ролей Т. Парсонса і Р. Бейлса, які розглядали диференціацію чоловічих і жіночих ролей в структурно-функціональному плані. Вони поділили ролі чоловіка і дружини в сучасній сім'ї на дві сфери – інструментальну та експресивну.

Інструментальна роль складається з підтримки зв'язку між сім'єю і зовнішнім світом – це професійна діяльність, яка приносить матеріальний дохід і соціальний статус.

Експресивна роль передбачає в першу чергу піклується про дітей і регулювання стосунків у сім'ї.

Вважається, що здатність жінки до народження дитини і піклування за дітьми призводить до визначеності її ролі, а чоловік, який не може виконувати ці біологічні функції, стає виконавцем інструментальної ролі. Згідно цієї точки зору, гендерні стереотипи формуються на основі біологічного поділу ролей між подружжям, які сприймаються як фундаментальні відмінності і обумовлюють їх діяльність.

Гендерні стереотипи поділяються на такі види: традиційні стереотипи – мають давню історію застосування та транслиють вікові уявлення народу про характер і призначення чоловіка і

жінки в соціумі. Вони формувалися протягом століть, закріплювалися в свідомості не одного покоління і зараз продовжують впливати на світосприйняття сучасників. Актуалізованими – називаємо традиційні стереотипні найменування, синхронізовані в сучасний дискурс з урахуванням нових семантичних характеристик.

Нові – з'явилися відносно недавно, під впливом мінливих умов суспільного розвитку, і спираються на справжні реалії життя і нову предметність.

Дж. Вільямсом в 1992 році було проведено дослідження в 25 країнах, в яких опитуваним пропонувалося застосувати до чоловіків і жінок 300 найбільш уживаних прикметників, що характеризують особистісні риси характеру тільки чоловіків або тільки жінок. В ході цього дослідження було виявлено, що уявлення про типові риси чоловіків і жінок в різних країнах збігаються. Загальна закономірність полягає в тому, що чоловіки сприймаються як владні, незалежні, агресивні, домінуючі, активні, сміливі, неемоційні, грубі, прогресивні і мудрі. Негативний ефект гендерних стереотипів полягає в гальмуванні розвитку тих якостей, які не відповідають даним статевим ролям стереотипу. Вважається, також, що чоловік повинен бути витриманим, врівноваженим, без емоційним у взаєминах з іншими людьми. Для особи чоловічої статі розплакатися – означає порушити норму мужності. В результаті у хлопчиків може розвинути фемінофобія, тобто страх перед проявом жіночності.

Про жінок, навпаки, говорять як про залежних, лагідних, слабких, боязких, емоційних, чутливих, ніжних, мрійливих і марновірних. Жінка може дозволити собі каприз, а коли її скривдять, вона може і поплакати. Велика емоційність жінок є одним зі стійких гендерних стереотипів.

У 2000 році компанією Геллап Інтернешинел було проведено опитування громадської думки в 60-ти країнах світу, включаючи і Україну, яке стосувалося соціальних ролей жінок.

Згідно з результатами цього дослідження, можна виділити наступні найбільш поширені гендерні стереотипи, які побутують в різних країнах світу:

Жінки не повинні мати рівних прав з чоловіками.

Освіта важливіше для хлопчиків, ніж для дівчаток, оскільки вони повинні утримувати сім'ю, а основний обов'язок дівчат в

майбутньому – виховувати дітей і займатися домашніми справами.

Жінка перш за все є дружиною і матір'ю, тому заради сім'ї повинна пожертвувати кар'єрою.

Чоловіки мають більше переваг для роботи в сфері зайнятості, оскільки вони є компетентними, раціональними та орієнтованими на справу, а не на комунікацію, на відміну від жінок, також за цим стереотипом жінка повинна підкорятися чоловікові.

Очікування від жінки виконання двох ролей – матері і співгодувальниці.

Гендерні стереотипи також використовують в рекламі. При створенні гендерних образів в рекламі широко використовуються традиційні гендерні стереотипи: стереотипи маскулінності і фемінності; стереотипи «про головне і природному призначення чоловіків і жінок»; стереотипи про поділ домашньої праці. Відповідно, з даними стереотипами жінкам і чоловікам пропонуються традиційні ролі, якості, підкреслюються гендерні відмінності. Чоловік наділяється таким якостями як сила, розум, упевненість в собі, для нього основною сферою діяльності визначається професійна сфера, йому пропонується вести активний спосіб життя, займатися спортом, бізнесом, бути главою сім'ї і приймати рішення.

Жінці в більшості випадків надаються протилежні якості – залежність, дбайливість, пасивність. Для неї основною сферою, в більшості реклами, визначається сімейна сфера, їй пропонується бути турботливою матір'ю, домогосподаркою, люблячою дружиною, піклуватися про всіх членів сім'ї.

Так само, необхідно відзначити і те, що жіноча сексуальність, жіноче тіло, часто використовується в рекламі як засіб залучення уваги, як прикраса, обіцянки для чоловіка.

З метою вивчення впливу гендерних стереотипів на повсякденне життя людини провели якісне соціологічне дослідження – глибоке інтерв'ю з жителями України. Респондентів для дослідження вибирали, керуючись статевною ознакою (щоб результати дослідження рівномірно представляли погляди представників обох статей) і віком (в ході дослідження опитали 120 респондентів віком 25–35 років, оскільки потрібні люди з уже сформованими уявленнями про усталені образи чоловіків і жінок і їх ролі в суспільному житті). За його результатами 76 %

респондентів повідомили, що в українському суспільстві є гендерна нерівність. Третина опитаних вважає, що наявність гендерних відмінностей – це добре, половина – що це погано, інші на це питання не відповіли. Також більшість учасників опитування – 80 %, переконані, що в суспільстві порушуються права жінок, ще 12 % вважають, що порушують права чоловіків, решта 8 % впевнені, що в Україні немає нерівності.

Проаналізувавши отримані дані, можна зробити наступні висновки: у суспільстві сьогодні існують як патріархальні гендерні стереотипи, які, в першу чергу, проявляються в сімейній сфері, так і більш демократичні. Причому, перші характерні в основному для чоловічої статі, оскільки опитані чоловіки вважають, що: «Жінка повинна сидіти вдома». Зате респондент жіночої статі висловив протилежні погляди, вважаючи, що «Повинна бути рівність»

В ході дослідження було виявлено, що в громадській думці є розбіжності з приводу того, що ЗМІ впливають на поширення й утвердження у свідомості людей гендерних стереотипів.

Що до проблеми гендерної нерівності в Україні, то тут думки респондентів майже співпали: представник чоловічої статі стверджував, що такої проблеми в нашій країні немає. Зате жінки дотримуються дещо інших поглядів, вважаючи, що жінок утискають, змушують робити роботу по дому.

## **СЕКЦІЯ 32. ПЕДАГОГІКА, ПСИХОЛОГІЯ, ЕТИКА ТА ЕСТЕТИКА**

---

### **ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ АКАДЕМІЧНОЇ ЧЕСНОСТІ СТУДЕНТІВ**

*І. Ю. Бровко, І. О. Славко. ДіД-21*

*І. С. Тодорова, к. психол. н., доцент – науковий керівник*

Процес глобалізації викликає все більші вимоги до взаємної адаптації представників різних культур. Невиявлені або невивчені відміни в культурі або поведінці можуть призвести до непорозумінь або затягування процесу адаптації студентів, які навчаються за кордоном. Ті самі проблеми стосуються інтеграційних освітніх процесів, створення міжнародних освітніх мереж, використання кращих освітніх технологій інших країн.

Виявлення та характеристика підходів вітчизняних та закордонних вчених щодо академічної чесності студентів, до шляхів її формування є важливою та актуальною проблемою сучасної педагогіки.

Як свідчать результати соціологічних опитувань, рівень сучасної студентської академічної культури є доволі низьким. В основі цієї деформації – мотивація значної частини студентства лише на отримання оцінок та дипломів, а не на отримання якісних знань для професійної діяльності. Східноукраїнський фонд соціальних досліджень реалізував проєкт, який включав у себе:

- аналіз статистичних даних та регламентуючих положень щодо інструментів і засобів боротьби з плагіатом;
- соціологічне опитування студентів та викладачів ВНЗ;
- фокусовані групові інтерв'ю зі студентами вишів.

Результати вищезгаданого соціологічного дослідження свідчать, що 78 % студентів складають іспити не самостійно, 67 % з них списують під час іспиту, 23 % студентів вказують на випадки отримання оцінок за послуги або гроші, 90 % студентів вдаються до плагіату. Дослідники дійшли висновку, що інституційні механізми боротьби зі списуванням, плагіатом та іншими виявами низької академічної культури майже відсутні на системному рівні. Вища школа привчає до неповаги до інтелектуальної власності, поширює і нормалізує практики, неприйнятні з погляду професійної етики та суспільної моралі [1]. Основними причинами, які штовхають студентів до списування можна вважати наступні:

- 1) перевантаженість студентів та викладачів;
- 2) перенесення схожої поведінки зі школи;
- 3) низький рівень мотивації;
- 4) порочні етичні норми.

Жодний університет не може розглядати списування або плагіат студента як злочин, тому що злочином, як трактує це Кримінальний кодекс України, є суспільно небезпечне винне діяння, вчинене суб'єктом злочину. Законодавство взагалі не може контролювати нечесність, якщо вона не призводить до реальної шкоди реальних суб'єктів. Таким чином, нечесність – це моральна проблема. Певним рішенням цієї проблеми можуть стати спеціальні адміністративні кодекси. Американські університети, як правило, мають так звані кодекси честі, де детально

викладені всі можливі випадки порушення академічної честі та відповідні покарання.

Ми не можемо швидко змінити менталітет. Потрібна довга робота в умовах, коли менталітет поступово змінюється. Ось декілька пропозицій:

1. Завдання під час іспиту не повинні складатися із цитування матеріалів лекцій, а іспит – перетворюватися на тест на знання конспекту.

2. Викладач і студент мають стати групою співробітників, яка вирішує одну спільну задачу підготовки професіонала-фахівця як протягом навчального семестру, так і на іспитах.

3. Університету потрібно мати власну базу даних, або підключатися до спеціальних веб-сайтів для автоматизованої перевірки студентських робіт і запобігання плагіату.

4. Не нормувати обсяг рефератів та інших творчих робіт «знизу». Навпаки, слід обмежувати обсяг «зверху» і запобігати роздуванню робіт за рахунок цитат [2].

Отже, в нашій країні недостатньо уваги приділяється академічній чесності студентів. Чесність – це необхідна умова існування демократичної держави та правового суспільства. Якщо ми хочемо створити правове суспільство на зразок європейських країн, то наші молоді фахівці повинні мати перш за все професійні навички, та суворо додержуватись законів. Успішної інтеграції університету у світовий освітній простір сприятиме дотримання принципів академічної етики, які мають стати груповими та особистісними нормами поведінки та регулюватися керівництвом вищих навчальних закладів, викладачами, органами студентського самоврядування та студентською думкою.

### **Список використаних джерел**

1. Академічна чесність як системна проблема вищої школи [Електронний ресурс]. – Електронні дані. – Режим доступу: [http://www.irf.ua/knowledgebase/news/akademichna\\_chesnist\\_yak\\_sistemna\\_problema\\_vischoi\\_shkoli\\_ukraini/](http://www.irf.ua/knowledgebase/news/akademichna_chesnist_yak_sistemna_problema_vischoi_shkoli_ukraini/) – Назва з екрана.
2. Ромакін В. В. Академічна чесність у вищій освіті [Електронний ресурс] / В. В. Ромакін // Наукові праці [Миколаївського державного гуманітарного університету імені Петра Могили]. – Режим доступу: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/pedagogika/2002/20-7-3.pdf>. – Назва з екрана.



## ПСИХОЛОГІЧНИЙ КЛІМАТ ТРУДОВОГО КОЛЕКТИВУ ТА МЕТОДИ ЙОГО ДІАГНОСТИКИ

**Д. Р. Вerezomський, ЕП-11**

**І. С. Тодорова, к. психол. н., доцент – науковий керівник**

Сама проблема психологічного клімату в колективі є дуже актуальною і широко розглядається у сучасній зарубіжній і вітчизняній психології. Інтерес до цієї теми, перш за все пов'язаний з результатами Хоторнських досліджень, які виявили наявність тісного зв'язку між продуктивністю праці групи і особливостями її психологічного клімату.

Психологічний клімат трудового колективу – це результат спільної діяльності людей, їх міжособистісної взаємодії, який проявляється у таких групових ефектах, як настрої і судження колективу, індивідуальне самопочуття і оцінка умов життя і роботи особистості в колективі. Існує ряд факторів, які впливають на формування психологічного клімату, які поділяють на фактори макро-середовища і фактори мікро-середовища.

Цей клімат залежить від стилю діяльності колективу і відношення до нього членів колективу, особливостей сприйняття їх один одного (оцінок, думок, реагування на слова і вчинки), взаємних почуттів (симпатій, антипатій, співпереживання, співчуття), психологічної єдності (спільності, потреб, інтересів, смаків, ціннісних орієнтацій, рівня конфліктності і т. д.).

Психологічний клімат трудового колективу може бути сприятливим, несприятливим, нейтральним, позитивно чи негативно впливати на самопочуття людини. Він також впливає на самопочуття членів колективу, прийняття і здійснення спільних рішень, досягнення максимальної ефективності сумісної діяльності.

Експериментально встановлено, що робітник при хорошому настрої у порівнянні з поганим може збільшити продуктивність у 2–3 рази, економіст – в 3 рази, технолог – у 6 разів, конструктор – в 10 разів. Від того, як працівник почуває себе на роботі, залежить не лише трудова, але й творча активність. Так, у бригадах зі сприятливим здоровим соціально-психологічним кліматом кожен третій робітник бере участь в рухові раціоналізаторів і винахідників, тоді як з несприятливим – тільки один з двадцяти.

Соціально-психологічний клімат визначається через різноманітні показники діяльності, спілкування та відносини. Однак не існує такої методики, котра охоплювала б всі показники, умови та параметри соціально-психологічного клімату та виражала б їх в єдиному індексі. Будь-які одержані сьогодні емпіричні дані дають характеристику лише локальних та типових проявів соціально-психологічного клімату. Найбільш доречним методом вивчення психологічного клімату в колективі є анонімне анкетне опитування. Анонімне опитування збільшує відвертість людини і знижує відповідальність за сказане ним судження.

Вивчення психологічного клімату трудового колективу за допомогою методу анкетування дає змогу більш детально вивчити ті чи інші феномени даної проблеми, а також змоделювати цілісну картину взаємин в групі. Існує багато методик по вивченню психологічного клімату трудового колективу, найпоширенішими з яких є: експрес-методика (О. С. Михалюка і А. Ю. Шалито); оцінка психологічної атмосфери в колективі методом А. Ф. Фідера; експрес-метод вимірювання соціально-психологічного клімату Н. А. Кашина та Є. А. Осипової.

Оптимізація психологічного клімату в колективі включає в себе виконання наступних дій:

- управління процесом формування головних соціально-психологічних компонентів клімату (норм, цінностей, традицій, групової думки та настрою);
- оптимальний підбір, розміщення, навчання і періодична атестація керуючих кадрів;
- комплектування первинних колективів з урахуванням психологічної сумісності кадрів;
- психопрофілактика та вирішення конфліктів в організації.

Сприятливий психологічний клімат трудового колективу потребує значних зусиль як з боку керівництва, так і зі сторони персоналу наявність бажання його сформувати та підтримувати. Такий клімат забезпечує максимальну зацікавленість членів трудового колективу у діяльності підприємства, яка і є одним з основних факторів підвищення ефективності праці, і, як наслідок, досягнення високоякісних результатів роботи підприємства.

Основними факторами, які впливають на стан психологічного клімату в колективі, є зміст праці та ступінь задоволення людей роботою; умови праці та побуту, задоволеність ними; ступінь задоволення характером міжособистісних стосунків; стиль керівництва, особистість керівника і те, чи задоволений він співробітниками.

Уміння поважати людей, тактовність, врівноваженість, простота, товариськість, справедливість – усе це сприяє згуртуванню членів колективу навколо керівника, виникненню почуття поваги, довіри і любові до нього, що зміцнює позиції, дозволяє ненастирливо висувати вимоги у формі прохання, побажання, поради або пропозиції. Крім того, людяність у взаєминах підвищує емоційний тонус та сприяє готовності працювати на совість, виконувати вимоги керівника.

## **ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

**Н. Л. Сачек, МОА-51м**

**В. Ю. Стрельніков, д. пед. н., професор – науковий керівник**

Так як, самостійна робота студентів класифікується за різними критеріями, її умовно поділяють на такі види, як за рівнем обов'язковості, та з урахуванням на місце і час проведення.

Не дивлячись на те, що сучасні дидакти в організації самостійної роботи рекомендують застосовувати випереджувальні завдання, ці завдання спрямовані на повне або часткове попереднє самостійне вивчення студентами навчального матеріалу, який буде висвітлюватися викладачем через деякий час.

У зв'язку з тим, що джерелом інформації і порадиником студенту є книга, то для оволодіння навчальним матеріалом можна пропонувати студентам різноманітні методи самостійної роботи з книгою.

Для того, щоб скласти план, студент повинен виділити головні думки, встановити зв'язки, співвідношення між ними, чітко і коротко сформулювати висновки.

Так як конспектування є процесом розумового переосмислення і письмової фіксації прочитаного тексту, то до нього слід приступати лише після загального ознайомлення зі змістом першоджерела, засвоєння зв'язку між основними думками, положеннями, головною ідеєю твору.

У зв'язку з тим, що анотація слугує для орієнтування в пошуках потрібного матеріалу, для її складання слід уважно прочитати книгу, визначити кому вона адресована, ким і з якою метою може бути використана.

Портфоліо являє собою теку, в якій у систематизованому вигляді студент накопичує матеріали, так як вони є результатом його самоосвітньої діяльності з конкретної навчальної дисципліни. Так як стаття узагальнює результати проведеного дослідження наукової, суспільно-політичної чи літературної теми, то для неї характерне висвітлення конкретних питань з необхідним теоретичним освітленням.

Незважаючи на те, що наукова стаття містить виклад проміжних або кінцевих результатів наукового дослідження, вона все ж таки висвітлює окреме конкретне питання, фіксує науковий пріоритет автора, робить матеріал надбанням широкої спільноти фахівців.

Так як основними елементами наукової статті є виклад змісту і результатів дослідження автора, то у ній, обов'язково, повинні висвітлюватися основні положення і результати власного дослідження, особисті ідеї, думки, отримані наукові факти, виявлені закономірності, зв'язки, тенденції, програма експерименту, методика отримання та аналіз фактичного матеріалу, особистий внесок автора (авторів) у вирішення конкретної наукової проблеми.

Заключна частина статті представляє собою формулювання висновків і рекомендацій, їх значення для теорії і практики, в якій аргументується практична значущість, коротко окреслюються перспективи подальших розвідок з теми.

Незважаючи на те, що есе не претендує на вичерпне та визначальне тлумачення теми, він все ж таки висвітлює індивідуальні думки та висловлювання щодо конкретного наукового питання.

Есе найчастіше висвітлює нову, суб'єктивну думку про проблему, що вивчається, і носить філософський або науково-популярний характер, так як його логічний виклад наближається певною мірою до наукової публікації.

З метою залучення до дискусії та обговорення повідомленої інформації, учасникам наукового зібрання прийнято повідомляти доповіді.

Незважаючи на те, що усний виступ має суттєві відмінності від друкованого за змістом і формою, при написанні доповіді

слід зважати на те, що суттєва частина матеріалу може бути опублікована в тезах доповіді.

Для найбільш яскравого висвітлення змісту проведеного студентом дослідження, обов'язково, слід звернути увагу на ілюстрації, для супроводження доповіді.

Так як тези містять висвітлення основних положень наукової праці, вони мають бути логічно пов'язані між собою.

Опираючись на те, що у тезах відсутні деталі, пояснення, ілюстрації, можна уявити цілісне, концептуальне уявлення про зміст проведеного дослідження.

Так як тези мають коротке висвітлення повідомлень, то посилання на джерела, цитати в тезах доповіді використовуються рідко.

Процес у сучасному ВНЗ, при організації самостійної роботи студента, використовує активне упровадження комп'ютерної техніки, так як він дозволяє забезпечувати і контролювати індивідуальний темп навчальної діяльності.

Завдяки тому, що комп'ютери забезпечують візуалізацію інформації, людська комунікація фундаментально змінюється, адже носієм інформації постає картина.

У зв'язку з тим, що комп'ютерна підтримка забезпечує можливість чітко організувати і конкретно спрямовувати самостійну навчальну діяльність студентів, вони мають змогу досягти кращих результатів у навчанні при скороченні затрат часу.

### **Список використаних джерел**

1. Державний освітній стандарт вищої професійної освіти від 17 березня 2000 р. Номер державної реєстрації 234 екс/сп.
2. Ігнатов В. Г. Професійна культура і професіоналізм державної служби: контекст історії і сучасність : навч. посіб. / Ігнатов В. Г., Білолипецький В. К. – Ростов-на-Дону : Вид. центр «МарТ», 2000. – 256 с.
3. Коджаспірова Г. М. Словник з педагогіки / Коджаспірова Г. М., Коджаспіров А. Ю. – Москва : ІКЦ «МарТ» ; Ростов-на-Дону : Вид. центр «МарТ», 2005. – 448 с.
4. Кукушкін В. С. Введення в педагогічну діяльність : навч. посіб. / Кукушкін В. С. – Ростов-на-Дону : МарТ, 2002. – 217 с.
5. Соколова Г. М. Праця і професійна культура (досвід соціологічного дослідження) / Соколова Г. М. ; наук. ред. Є. М. Бабосов. – Мн. : Вид-во БГУ, 1980. – 144 с.

6. Фаустова Е. М. Студент нового часу: соціокультурний профіль / Фаустова Е. М. – Москва, 2004. – 72 с. // Система виховання у вищій школі: Аналітичні огляди з основних напрямів розвитку вищої освіти / НІІВО ; Вип. 4.
7. Юшко Г. Н. Науково-дидактичні засади організації самостійної роботи студентів в умовах рейтингової системи навчання : автореф. дис. канд. пед. наук : 13.00.08 – теорія і методика професійної освіти / Юшко Г. Н. // Зростання. Держ. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2001. – 23 с.

### **СЕКЦІЯ 33. ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ**

#### **КОМП'ЮТЕРНИЙ ТРЕНАЖЕР ДЛЯ ДИСТАНЦІЙНОГО КУРСУ «ДИФЕРЕНЦІАЛЬНІ РІВНЯННЯ»**

**Е. Г. Безмєнов, 1-31**

**А. І. Шурдук, к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник**

Диференціальні рівняння є нормативною дисципліною навчального плану підготовки бакалаврів з інформатики і є продовженням таких математичних дисциплін як «Математичний аналіз», «Алгебра та геометрія». Крім цього, знання методів розв'язку диференціальних рівнянь особливо потрібно студентам спеціальності «Соціальна інформатика» при вивченні функціонального аналізу, чисельних методів, програмування, теорії керування.

Дисципліна «Диференціальні рівняння» є достатньо складною математичною дисципліною. В часи, коли комп'ютер є в кожного студента і кожен має достатньо досвіду для користування ним, було би не логічно цим не скористатись. Маючи деякий досвід в програмуванні, отримав завдання написати програму для комп'ютерного тренажера з дистанційного курсу «Диференціальні рівняння».

На початковому етапі був розроблений тренажер по двом темам: «Лінійні диференціальні рівняння другого порядку зі сталими коефіцієнтами» і «Лінійні диференціальні рівняння другого порядку зі сталими коефіцієнтами зі спеціальним виглядом правої частини». Отримавши необхідну інформацію, опанувавши методичну та наукову літературу, був розроблений сценарій роботи майбутнього тренажера по заданим темам дисципліни.

Нашою метою було зробити тренажер, який допоможе викладачу оцінити наявні знання по заданим темам курсу. А студенту – самостійно проаналізувати свої знання і заробити додаткові бали по дисципліні.

Самі тренажери призначенні для закріплення матеріалу і відпрацювання технічних навичок розв’язання задач. Вони забезпечують отримання інформації по теорії і методам розв’язання задач, тренування на різноманітних рівнях самостійності, контроль та самоконтроль, надають допоміжні засоби. Тренажери, як правило, включають режими: теорія, самостійна робота, самоконтроль.

В результаті програма реалізована на високорівневій і наразі найактуальнішій мові програмування JAVA. Її особливість в кроссплатформеності, тобто програма може бути запущена на таких операційних системах як: Windows, Mac OS, Solaris і дистрибутивах Linux. Щодо останнього, це дуже актуально для навчальних закладів, адже Linux є безкоштовними тому і доволі поширеними. Також ця мова програмування надає можливість доволі легко перенести програмний код на мобільну платформу Android, яка наразі є найпоширенішою для мобільних смартфонів.

Графічний інтерфейс реалізований на технології Swing з додатковим модулем Look and Feel. Це надало можливість зробити програму легкою для сприйняття, надати їй приємного зовнішнього вигляду, з метою забезпечити комфорт рішення своїх задач для користувача.

Особливість тренажера в тому, що він генерує і розраховує приклади, і вже на базі своїх розрахунків надає свої завдання студенту.

Програма має три частини:

- ✓ Частина для студента (рис. 1). В ній надаються завдання для студента, і саме в ній студент надає свої рішення.

- ✓ Частина для викладача (рис. 2). Ця частина виявилась деяким побічним ефектом, для відлагодження роботи програми, але вона корисна тим, що викладач може перевіряти коректність своїх прикладів, а також генерувати завдання для студентів. Для них дана частина доступною не буде.

- ✓ Частина з лекціями (рис. 3). Якщо студент зробив занадто багато помилок, програма блокується і викликається частина з матеріалом для вивчення. Таким чином він може освіжити свої

знання і проаналізувати свої помилки. Після закриття вікна, студенту надається нове згенероване завдання.

Розгляд частини для студента: 1 – панель для задач, умові відображення дій; 2 – панель для дій студента; 3 – панель для відображення кількості помилок.

Розгляд частини викладача: 1 – можливість задавати диференціальне рівняння вручну; 2 – панелі перегляду результатів щодо характеристичного рівняння; 3 – можливість генерувати власне диференціальне рівняння за вибором; 4 – можливість примусово на базі характеристичного рівняння, генерувати спеціальний вид правої частини рівняння і перегляд його результатів; 5 – можливість перегляду лекцій.

В одному з вікон тренажеру реалізована тема знаходження виду рішення однорідного диференційного рівняння другого порядку з постійними коефіцієнтами: 1 – реалізований вибір типу рівняння; 2 – реалізована перевірка коренів характеристичного рівняння; 3 – реалізований вибір розв’язку диференційного рівняння.

В другому вікні реалізована тема знаходження виду частинного розв’язку диференційного рівняння другого порядку зі спеціальним видом правої частини.

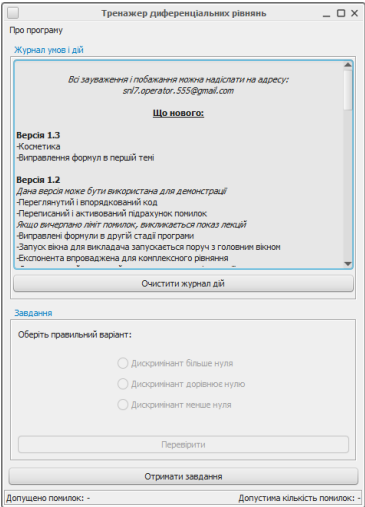


Рисунок 1 – Частина для студента

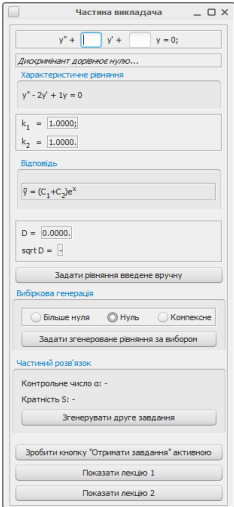


Рисунок 2 – Частина для викладача



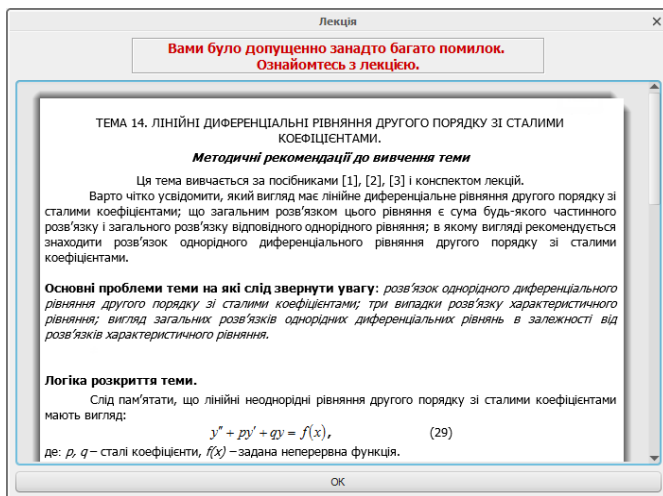


Рисунок 3 – Частина з лекціями

## Список використаних джерел

1. Овчинніков П. П. Вища математика : підручник / Овчинніков П. П., Яремчук Ф. П., Михайленко В. М. – Київ : Техніка, 1999. – Ч. 2. – 592 с.
2. Филиппов А. Ф. Сборник задач по дифференциальным уравнениям / Филиппов А. Ф. – Москва : Наука, 1985. – 128 с.

## СТВОРЕННЯ ПРИЛАДУ ДЛЯ ЗАРЯДКИ ТЕЛЕФОНУ

**Т. І. Одинок, ТХ-11**

**Л. І. Вовк, к. пед. н., доцент – науковий керівник;**

**Н. В. Ванжа, к. пед. н., доцент – науковий керівник**

Якщо ви вирішили провести свій відпочинок на байдарках або біля річки в палатках, то може виникнути ситуація, коли мобільний телефон розрядиться. Для такого випадку бажано мати довговічне джерело струму. Вивчення сайту «Самоделка» показало, що ліхтарик Фарадея, зроблений своїми руками, вважається довговічним. Ми поставили собі мету: Виготовити ліхтарик Фарадея та дослідити можливості його застосування. Відповідно меті були поставлені такі завдання:

✓ Знайти відповідну електросхему для виготовлення ліхтарика Фарадея та необхідні деталі.

- ✓ Виготовити ліхтарик.
- ✓ Визначити можливості застосування електросхеми ліхтарика для зарядки мобільного телефону.

Принцип дії ліхтарика Фарадея базується на явищі електромагнітної індукції. Це явище полягає в появі електричного струму в замкненому провідному контурі, коли змінюється магнітний потік, що пронизує цей контур (див. рис. 1). Електромагнітна індукція була виявлена Майклом Фарадеєм у 1831 році. Закон електромагнітної індукції є основним законом електродинаміки, що стосується принципів роботи трансформаторів, дроселів, багатьох видів електродвигунів і генераторів [1; 2].



Рисунок 1 – Демонстрація явища електромагнітної індукції

Для виготовлення ліхтарика Фарадея рекомендують застосувати такі деталі: 1 світлодіод, 2 діоди, 2 електролітичних конденсатори, мідний дріт (0,1 мм), 3 неодимових магніти та пластикову трубку [3].



Рисунок 2 – Деталі для виготовлення ліхтарика Фарадея

Призначення деталей:

1. Магніт створює магнітне поле.
2. Трубка, в якій розташовані магніти потрібна для руху магнітів всередині котушки.
3. Світлодіод перетворює електричний струм у світло.
4. Діоди необхідні для перетворення змінного індукційного струму у постійний.
5. Конденсатори накопичують енергію електричного поля, коли йде індукційний струм. Та створює струм при розрядженні конденсатора.
6. У мідному дроті, намотаному на котушку, виникає електричний струм.

Характеристики деталей нашого приладу такі:

1. Три неодимових магніти (шайби) розміром  $D = 10$  мм,  $H = 4$  мм.
2. Трубка пластмасова  $D = 14$  мм,  $H = 60$  мм.
3. Світлодіод на 100 мА та 6 В.
4. Випрямний кремнієвий діод на 1 А.
5. Конденсатор на 6,3 В, електроємністю 1 200 мкФ.
6. Мідний дріт  $D = 0,1$  мм (600 витків).

Котушка намотана у 6 шарів по 100 витків у кожному з мідного дроту за допомогою електричного дрилу.

Трубка повинна бути підходящого розміру для магнітів, щоб вони могли вільно рухатись вверх вниз. Ми пристосували у якості трубки шприц на 5 мл. Один кінець легко запаявся паяльником. Для іншого кінця вирізали з пластмаси круг діаметром 15 мм та припаяли до трубки. Виготовлений ліхтарик має вигляд подібний до зразка на рис. 3.

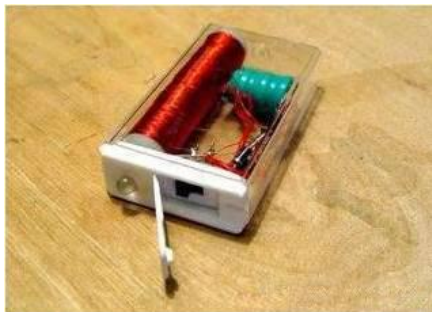


Рисунок 3 – Експериментальний зразок ліхтарика Фарадея

Щоб світлодіод світився, необхідно струшувати ліхтарик протягом двох хвилин в напрямку вздовж трубки. Напруга на світло діоді становила 2,44 В. Ми застосували електросхему ліхтарика для зарядки мобільного телефону. Для цього світлодіод від'єднали. Оскільки для нашого мобільного телефону необхідно 5 В, то ми застосувати помножувач напруги, а потім до помножувача напруги під'єднали штекер телефону.

**Висновок.** Ліхтарик Фарадея є альтернативою переносного джерела струму, та має широке коло застосувань.

#### **Список використаних джерел**

1. Спасский Б. И. История физики / Спасский Б. И. – 1977. – Т. I. – С. 294–295.
2. Карцев В. П. Глава «Фарадей. Открытие электромагнитной индукции» [Електронний ресурс] / Карцев В. П. – 1974. – Режим доступу: <http://sam0delka.ru/topic/11695/> – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 34. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ТА СПОРТ**

---

### **ДІЄТА – ДРУГ ЧИ ВОРОГ**

**Н. В. Любченко, Ф-21**

**І. Є. Кожуріна, ст. викладач – науковий керівник**

Харчування – це складний процес надходження в організм людини харчових речовин, необхідних для поповнення його енергетичних витрат, забезпечення побудови та відновлення тканин.

Здоров'я людини, опірність до несприятливих умов навколишнього середовища, працездатність, здорове довголіття значною мірою залежать від того, наскільки правильно вона харчується.

Їжа є важливим фактором забезпечення життєдіяльності людини, росту та розвитку організму, попередження та лікування хвороб. Відомо, що біологічна роль компонентів їжі не обмежується лише їх значенням як єдиних джерел пластичних та енергетичних ресурсів організму. З їжею організм одержує речовини з яких утворюються гормони та ферменти – біологічні регулятори обміну речовин у тканинах.

Здорове харчування – один із фундаментальних факторів, що підтримують здоров'я і настрій людини протягом усього життя. За даними вітчизняних фізіологів (Зубар Н. М., Руль Ю. В.) здоров'я на 40–45 % залежить від харчування\*. Правильне здорове харчування сприяє росту і розвитку організму, забезпечує нормальний фізичний і психічний розвиток дітей, підвищує імунітет і захищає від несприятливої екологічної ситуації, що оточує нас сьогодні.

**Режим здорового харчування вимагає дотримуватися:**

- певного часу, тривалості та кратності прийому їжі, рекомендованих інтервалів між прийомами їжі;
- послідовності вживання блюд і прийомів їжі;
- розподілу добового раціону протягом дня (маси, енергетичної цінності, якісного складу страв за прийомами їжі);
- інтервалів між прийомами їжі, роботою, сном.

Для дорослих рекомендуються три режими здорового харчування:

- переважно ранкове харчове навантаження – 50 % раціону і по 25 % на обід і вечерю;
- рівномірне харчове навантаження протягом дня – по 33 % на сніданок, обід і вечерю;
- переважно вечірнє харчове навантаження – 50 % всього добового раціону і по 25 % на сніданок і обід (але не пізніше 18–19 години).

Для тих, хто не схильний до повноти, найкращим режимом вважається третій варіант, для всіх інших – перший. Здорове харчування передбачає гармонійне споживання білків, жирів, вуглеводів, вітамінів, макро- і мікроелементів – основних речовин, які містяться в харчових продуктах. Довідкові таблиці фізіологічних норм харчування містять рекомендації для людей різного віку та видів діяльності, в якій кількості слід споживати кожен з цих речовин. Тепер розглянемо, які функції вони виконують.

**Вагомі аргументи проти голодування:**

✓ При голодуванні тіло починає зменшувати рівень вироблення ферментів і жиросжигання. Це можуть бути гормони чутливої ліпази, а також ліпопротеїну ліпази.

✓ Жирові клітини починають зменшувати вироблення гормону лептину. Цей гормон дуже важливий, оскільки він передає безпосередньо сигнали в мозок.

✓ При знищенні жиросжигающих гормонів ви надаєте несприятливий вплив на щитовидну залозу.

✓ Голод призводить до втрати метаболічно активних тканин, а саме м'язів. Криза призводить до того, що фізичне навантаження на організм може призвести до різних хвороб. Якщо ви сіли на дієту, то ваша активність різко знижується, тому про заняття спортом можна забути. Даний ефект обумовлений тим, що їжею для організму стають м'язові тканини. Багато прихильники голодувань згодом мають худе, але при це обвислий і негарне тіло.

✓ При голодуванні гіпоталамус починає активно поширювати сигнали про нестачу калорій. Саме тому їсти хочеться ще більше. Ті, хто доводить ситуацію до абсурду, в кінцевому рахунку зриваються і їдять все, що їм попадається під руки.

✓ Дієти призводять до психічних розладів: втрата настрою, погане самопочуття, дратівливість і інші аспекти.

✓ Програми по зниженню калорій мають короткий термін застосування і, звичайно ж, наслідки. Як правило, люди сіли на дієту, при її припинення набирають ще більшу вагу, ніж до голодування. Але при цьому м'язи вже будуть частково втрачені, а також деякі гормони піддатися дисбалансу.

✓ Читаючи про дієти, слід враховувати супутні фактори: ріст, вага, вік, спосіб життя (активний, пасивний) та інші деталі. Не всі дієти підходять споживачам.

Аргументи «за». Дієти потрібні стежать випадках:

✓ Якщо ви хворієте на ревматизм або іншими недугами.

✓ Якщо ви поїхали в оздоровчий центр з метою лікування. У санаторіях та інших закладах дієти складають фахівці, які зможуть допомогти організму відновитися і уникнути навантажень.

✓ Якщо ви хочете позбутися від занадто великої ваги, який чинить тиск на ноги і інші частини тіла. Але при цьому варто звертатися за допомогою до фахівців. Дієта повинна бути безпечною і не приводити до дуже різкої втрати ваги, а також не нести загрозу організму в цілому.

✓ Дієта може застосовуватися у випадках нестачі вітамінів і великого споживання жирів. В таких аспектах можна зменшити кількість споживання нездорової їжі і збільшити поживні речовини: вітаміни і т. д.

У будь-якому випадку варто пам'ятати про те, що самолікування – це не самий дієвий метод. Якщо ви вирішили при-

вести себе у форму, то зверніться до досвідченого дієтолога, який складе спеціальну програму. Таким чином, ви зможете придбати потрібні форми, але при цьому уникнути нанесення шкоди своєму організму.

Бережіть себе, своє тіло і воно відповість вам тим же!

## **ЛФК В ЖИТТІ ЛЮДИНИ**

**М. О. Негода, УПЕП-11**

**Н. А. Новицька, ст. викладач – науковий керівник**

«Лікувальна фізкультура в житті кожної людини» актуальна тема у наш час. Історія становлення лікувальної фізкультури корінням поринає у часи Стародавньої Греції, де гімнастика досягла особливо високого рівня в період звільнення науки від релігії і розвитку правознавства. Широко пропагували лікувальну гімнастику філософи Платон і Аристотель. Основоположник клінічної медицини Гіппократ велику роль в лікуванні хвороб надавав дієті і лікувальній гімнастиці. В середні віки різко впав розвиток медицини, в тому числі і лікувальної гімнастики. У XVIII ст. і особливо в XIX ст. появляється багато праць про лікувальне значення фізичних вправ. Серед вчених у XVIII ст. були добре відомі М. Я. Мудров, основоположник російської терапевтичної школи. Він виступав за використання фізичних вправ, праці з лікувальною метою. В теперішній час ЛФК входить невід'ємною частиною в комплексне лікування і дістала широке поширення в цілому світі.

Характерна риса метода ЛФК – тренування хворих за допомогою фізичних вправ. ЛФК необхідно використовувати, коли потрібно підвищити тонус організму хворого, стимулювати фізіологічні процеси, коли треба відновити функції пошкодженого органу чи системи, протидіяти застійним явищам, попередити прогресуючі захворювання і можливі ускладнення само собою, якщо відсутні протипоказання. Регулярне застосування ЛФК в лікарнях, поліклініках, домашніх умовах розвиває у хворого особливе відношення до використання фізичних вправ, прививає гігієнічні навички, правильне, правильне ставлення до загартовування організму. І молодь, і покоління старшого віку повинні приділяти величезну увагу ЛФК. Наш організм-запорука нашого успіху, адже успішна людина-здорова людина!

## ВПЛИВ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ НА ЗДОРОВ'Я ЛЮДИНИ

**К. І. Очкань, МЕ-21**

**Н. М. Ахтирська, ст. викладач – науковий керівник**

Луїза Хей є автором десятків мотивуючих книг, які користуються великим попитом та популярністю в багатьох країнах світу. Попри складне дитинство, вона змогла власноруч піднятися з силами та побороти рак. «Таблиця хвороб Луїзи Хей» доводить, що коли захворювання не виліковується, то причина не в тому, що лікарі не все дооперували, а причина саме в психологічному стані та бажанні змінити себе.

Луїза Хей займається улюбленою справою – вона допомагає людям, проводячи лекції, персональні тренінги.

Луїза Хей – є пастором, лектором, метафізичним учителем, письменницею, автором який користується величезним попитом. Методи Луїзи Хей дозволяють зцілити себе, змінити життя на краще, вони засновані на позитивному мисленні, на вплив на якість життя через нашу підсвідомість. Наші думки формують наше життя і активно впливають на оточуючий нас світ.

Обривок из интервью Луизы Хей

«Исходя из печального опыта детства, натерпівшись знижений совершенно случайно я попала на встречу членов церкви Религиозной Науки (Науки Разума) в Нью Йорке. Хотя то, о чем они говорили, было совершенно новым для меня. Я стала ходить на их встречи, а также стала брать уроки. Через три года активной работы в церкви я сдала экзамен и стала консультировать людей, которые нуждались в помощи. Затем поступила в колледж, который выпускает пасторов. И тут, в один прекрасный день у меня обнаружили рак. Я была в полной панике. Хотя по роду своей работы я помогала людям выздороветь, я понимала, что мне представилась уникальная возможность проверить принципы, которые я проповедовала, на собственной практике. В конце концов, я сама написала книгу о том, что рак – это всего лишь накопленная обида и если от нее избавиться, болезнь можно вылечить. Мы должны буквально спуститься внутрь себя, чтобы найти способ излечения. Если рак или какая-то другая болезнь возвращаются, то думаю, что это не потому, что врачи не все дооперировали, вырезали. Причина здесь та, что человек



ничего не изменил в своем сознании и таким образом снова создал себе ту же самую болезнь, хотя, может быть, и в другой части тела. Врач сообщил мне, что мне осталось жить всего три месяца, и я тут же принялась за работу. Самое трудное для меня было перестать винить других. Я нашла себе хорошего психиатра, это очищало меня в определенной степени. Потом по обрывочным воспоминаниям моих родителей о своем детстве я составила себе картину их детских лет. И мне стало их безумно жалко. Их вина за все происшедшее со мной стала растворяться. В дополнение ко всему, я нашла себе хорошего врача-диетолога, который помог мне избавиться от скопившихся за многие годы шлаков в моем теле. Через шесть месяцев врачи были вынуждены прийти к соглашению и сообщить мне (что я уже и без них знала): мой рак совершенно исчез! Теперь я по собственному опыту знаю, что любую болезнь можно излечить, если мы сами хотим изменить свои мысли, убеждения и действовать соответственно этому. При каждом удобном случае я представлялась людям и дарила им свою книгу. Я успешно продолжаю свою карьеру. Я построила целый Центр, где можно брать уроки и лечиться. Такова моя жизнь, как я ее описала осенью 1984 года». – Луиза Хей [2].

Луїза Хей описала фізичні хвороби і недуги, навела ймовірні причини хвороб на психологічному рівні, надала інформацію для здоров'я (позитивні установки), які зцілюють різні захворювання. Цьому можна вірити або не вірити. Спробуйте проаналізувати дані з «Таблиці хвороб Луїзи Хей», стосовно своїх родичів або друзів, чиї проблеми ви знаєте. Більшість людей, які проводили такий аналіз, погоджуються з Луїзою.

### **Список використаних джерел**

1. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії [Електронний ресурс] / Луїза Хей. – Режим доступу: [https://ua.wikipedia.org/wiki/Луїза\\_Хей](https://ua.wikipedia.org/wiki/Луїза_Хей). – Назва з екрана.
2. Луиза Хей таблица болезней или причины болезней [Електронний ресурс]. – Режим доступу: История жизни Луизы Хей <https://womanaura.com/luiza-hej-tablica-boleznej-nodomoganiy-i-affirmacii>. – Назва з екрана.
3. История жизни Луизы Хей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://luiza-hei.ru/istoriya-zhizni-luiza-hej/>. – Назва з екрана.

## **СЕКЦИЯ 35. НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ ГЛАЗАМИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ**

---

### **РАЗВИТИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА АЗЕРБАЙДЖАНА**

**М. Ю. Баширов, МЭ-21р**

**И. В. Пахомова, к. т. н., доцент – научный руководитель**

Азербайджан всегда был важным участком Шёлкового пути. Известный как «величайший маршрут в истории человечества», древний Шёлковый путь был первым связующим мостом между Востоком и Западом и являлся важным инструментом для торговли между древними империями Китая, Индии, Персии и Рима.

Гастрономический туризм получает всё большее признание во всём мире, представляя собой особый тренд в туризме. Он рассматривается как возможность для развития потенциала существующих достопримечательностей, не требующая существенных инвестиций для создания новой инфраструктуры и обеспечения других услуг. В настоящее время потребители всё больше стремятся получить аутентичные впечатления, именно поэтому гастрономия стала важнейшей частью туристических впечатлений, чтобы насладиться блюдами, которые уже попробовали и знают, или совершают дальние путешествия в поисках новых и особых кулинарных ощущений. Многие туристы принципиально выбирают направление для путешествия, исходя из гастрономических особенностей страны [1–2].

В наше время Всемирной туристической организации при ООН создана Программа Шёлковый путь, которая направлена на укрепление устойчивого развития туризма вдоль исторического маршрута Шёлкового пути. Одной из составляющих программы является развитие гастрономического туризма, которое поддерживается Министерством культуры и туризма и Ассоциацией туризма Азербайджана [3].

Азербайджан – один из древнейших очагов цивилизации. Культура азербайджанского народа своими корнями уходит вглубь тысячелетий. Азербайджанская кухня уже давно завоевала признание на международном уровне. Кулинария Азербайджана всегда привлекала к себе восхищение приезжих

гостей своим вкусом и разнообразием – множеством блюд с добавлениями мягкой зелени и пикантных специй. По мнению учёных, на это повлияли благоприятный климат, экологически чистые продукты и принципы здорового питания. На протяжении столетий передаётся опыт древних поваров, который используется и сегодня.

В азербайджанской кухне особое место занимают сладости, которые являются неотъемлемым атрибутом национальных праздников. Этому способствовало то, что в Азербайджане издревле производился сахар. Получали сахар из сахарного тростника и свеклы. Также готовили и фруктовый сахар – набат. Наличие большого количества мёда и уваренных, сгущённых до густоты мёда фруктовых соков – бекмезов и дошабов, тоже способствовало разнообразию сладкого стола.

Азербайджанские национальные кондитерские изделия подразделяются на три подгруппы – мучные, карамелеобразные и конфетообразные изделия. В частности, интересными являются мучные кондитерские изделия, которые насчитывают более 30 наименований, причем в каждом районе имеются свои особые изделия.

По одной из классификаций, азербайджанские мучные кондитерские изделия делятся на два основных типа. К первому принадлежат изделия, которые готовят из бездрожжевого теста – масляного и масляно-песочного. К ним относятся различные наны, курабье, шекеры. К другому типу относятся изделия, в которых тесто служит своеобразной оболочкой, в то время как их основа состоит из орехово-сахарной начинки (50–80 % от общего веса), в частности это пахлава, шекер-бура, ореховые трубочки, основной особенностью которых является большое количество орехов в начинке и достаточно тонкое тесто.

Каждый регион Азербайджана славится мастерством в приготовлении определённых национальных блюд. Поэтому в этой стране существуют региональные особенности приготовления мучных кондитерских изделий. Например, бакинская, гянджинская, нахчыванская и шекинская пахлава, которые дифференцируются по сложности производства, структуре теста и сочетанию начинок. Бакинская пахлава отличается использованием в её приготовление медового сиропа, который придаёт сладости особый вкус. Гянджинская пахлава состоит из 23 слоёв – 18 слоев теста и 5 слоёв миндальной начинки. В тесто пахлав

обязательно добавляется розовый настой (гюлаб), а сверху её смазывают настойкой цветков шафрана (крокуса) и посыпают маком, который также предварительно ошпаривают кипятком и очищают, поэтому маковины получаются белыми. Гянджинская пахлава отличается от пахлав, готовящейся в других районах, своим размером и добавляемыми пряностями. Гянджинская пахлава обычно готовится в круглом медном подносе на углях и режется на крупные ромбовидные формы. Нахчыванская пахлава готовится из нескольких слоёв завернутого с ореховой начинкой теста и формируется в виде треугольников и трубочек [4]. Особенностью шекинской пахлав является то, что для приготовления коржей-сеточек (иришта) используется рисовая мука-пудра очень мелкого помола, переработанная из высококачественного белого риса Басмати. Настоящие кондитеры при приготовлении пахлав отдают большую дань традициям. Правильная пахлава должна напоминать солнце. Образ солнца ей придаёт круглая медная форма, подобие сковороды, приблизительно с метр диаметром. Её накаляют на плите, поливают подсолнечным маслом и процеживают на неё жидкое рисовое тесто из небольшой медной ёмкости с мелкими отверстиями. Тесто льётся очень тонкими струями, образуя на сковороде бесконечную сетку из белых кругов, которая моментально запекается на горячей меди. Когда число слоёв сделает тончайшую рисовую сеть достаточно прочной, кондитер снимает её с огня и перекладывает на другую – железную форму [5].

Город Шеки, через который когда-то проходил Великий шёлковый путь, всегда славился как город ремесленников и кулинарув. Следует отметить, что продукцию, изготовленную шекинскими кондитерами, знают и за рубежом, что сыграло важную роль в популяризации кулинарной культуры региона. Поэтому отдельно следует выделить шекинские сладости. Особенностью многих из них является то, что при их производстве используется рисовая мука, сахар, ядро орехов, сливочное масло, яичные белки и пряности. Например, сладкая халва Гырмабадам напоминает по вкусу ореховую нугу, однако для её производства используется рисовая мука, фундук и семена кинзы, пешвенг – мучная сладкая соломка. Использование риса в шекинских сладостях обусловлено тем, что его большое количество произрастало в этом крае. На реке Киш в называемом Доду направлении всё ещё продолжает работать историческая

мельница, относящаяся к XIX веку. Здесь перемалывают пшеницу, овёс, а больше всего рис [6].

Азербайджан – страна разнообразных кулинарных традиций. Мучные кондитерские изделия – всего лишь малая часть во множестве блюд азербайджанской кухни. Однако национальная кухня нуждается в развитии. В частности, это наращивание туристического потенциала, особенно гастрономического туризма, который может иметь большую значимость для вклада в экономику Азербайджана.

### **Список использованных источников**

1. UNWTO. План действий по Шёлковому пути 2012/2013 / UNWTO. – Мадрид: UNWTO Silk Road Programme World Tourism Organization (UNWTO), 2013. – 18 с.
2. Food Nations / Gottlieb Duttweiler Institute [Электронный ресурс], 2012. – Режим доступа: <http://www.gdi.ch/de>. – Название с экрана.
3. UNWTO. Silk Road Programme [Электронный ресурс], 2015. – Режим доступа: <http://silkroad.unwto.org/ru>. – Название с экрана.
4. Азербайджан: региональные особенности [Электронный ресурс], 2011. – Режим доступа: [http://www.azerbaijans.com/content\\_435\\_ru.html](http://www.azerbaijans.com/content_435_ru.html). – Название с экрана.
5. Шекинский оазис [Электронный ресурс], 2011. – Режим доступа: <http://www.vokrugsveta.ru/vs/article/7398/>. – Название с экрана.
6. Шёлк, халва и королевское блюдо [Электронный ресурс], 2011. – Режим доступа: [http://sheki.io.ua/s91809/shelk\\_halva\\_i\\_korolevskoe\\_blyudo](http://sheki.io.ua/s91809/shelk_halva_i_korolevskoe_blyudo). – Название с экрана.

## **РОЛЬ ГЕЙДАРА АЛИЕВА В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ МЕЖДУ УКРАИНОЙ И АЗЕРБАЙДЖАНОМ**

**Б. Ш. Гуламов, магистрант, М-51**

**Я. К. Алхасов, доктор философии, доцент – научный руководитель**

Гейдар Алиев является выдающимся общественным и государственным деятелем XX столетия. Повторный приход Гейдара Алиева к власти в тяжёлое после развала советского строя и разгула «демократии» в республике время ознаменовал новую судьбоносную веху в истории Азербайджана и стал настоящим спасением азербайджанского народа и государственности, а

также рождением новой независимой демократической Азербайджанской Республики. мудрый политик Гейдар Алиев в начале 90-х годов выдвинул идею азербайджанства, предусматривающую изучение и пропаганду языка, культуры и истории Азербайджана. А начиная с 2000 года, Бакинским славянским университетом (БСУ) созданы в славянских государствах, в том числе в Украине – в Полтаве – культурно-образовательные центры, которые явились одним из многочисленных проявлений дальновидной идеологической установки Гейдара Алиева, лежащей в основе нынешней политики нашего государства, успешно проводимой Президентом Азербайджанской Республики господином Ильхамом Алиевым.

Азербайджанский культурно-образовательный центр (АКОЦ) БСУ в Полтавском университете экономики и торговли (ПУЭТ) открылся 8 сентября 2011 года на основе Договора, подписанного между ПУЭТ и БСУ.

Деятельность центра осуществляется в образовательном и культурном направлениях. Для студентов, обучающихся при центре, регулярно организуются круглые столы, обсуждения книг, посвященные общенациональному лидеру Гейдару Алиеву, встречи с представителями культуры и науки, общественными деятелями, проводятся вечера украинской и азербайджанской дружбы, отмечаются национальные праздники – Новруз байрамы, День солидарности азербайджанцев, памятные даты истории Азербайджана [1].

Центр координирует выпуск совместных сборников научных трудов ученых обоих вузов, проведение совместных международных научных конференций.

Изданы «Азербайджансько-російсько-український розмовник», «Бухгалтерський облік і аудит: Термінологічний українсько-російсько-англійсько-азербайджанський словник», составленный совместно со преподавателями ПУЭТ и БСУ.

Ежегодно 25 февраля в центре проходит мероприятие, посвященное Герою Советского Союза лейтенанту Олегу Бабаку, уроженцу села Виктория Пирятинского района Полтавской области, который погиб в Нагорном Гарабахе при исполнении воинского долга, защищая мирное население от боевиков, и дню Ходжалинской трагедии, а 7 апреля активисты «Клуба друзей Азербайджана», функционирующего в центре, посещают могилу героя Гарабахской войны в его родном селе Виктория Пирятинского района Полтавской области [2].

С целью ускорения языковой и культурной адаптации студентов из Азербайджана центр организует занятия по русскому языку, а для украинских студентов, выезжающих в Турцию на производственную практику, курсы турецкого языка, а для сотрудников и преподавателей университета, работающих с азербайджанскими студентами, курсы азербайджанского языка.

Центр активно участвует в профориентационной работе университета, в Дни открытых дверей, проведения экскурсий по университету для учащихся средних школ и колледжей были проведены беседы об истории отношений Азербайджана с Украиной, о деятельности центра.

По случаю празднования Дня Европы в Полтаве во второй декаде мая ежегодно проходит фестиваль культуры и традиций европейских стран. На фестивале наш вуз – ПУЭТ, представляет АКОЦ. В центре города перед Театром им. Н. В. Гоголя г. Полтавы устанавливается павильон ПУЭТ, украшенный флагами Украины, Азербайджанской Республики, ПУЭТ и БСУ. В павильоне разворачивается выставка книг о политической, экономической и культурной жизни современного Азербайджана, а также выставляются предметы, отражающие национальные традиции, культурное наследие азербайджанского народа. Студенты из Азербайджана выступают с концертной программой.

На ежегодном празднике факультета пищевых технологий, гостинично-ресторанного и туристического бизнеса «Праздник профессионального мастерства» в ПУЭТ, посвящённом Дню технолога, действует уголок азербайджанской национальной кухни, где демонстрируются изысканные блюда – долма, шаплов, пити, аромат которых завораживает всех участников фестиваля.

С сентября 2015 года в ПУЭТ украинские студенты изучают новую дисциплину «Азербайджанский мультикультурализм», рассчитанную на 45 часов в семестре. Такое решение было принято на основании договора, заключённого между ПУЭТ и Бакинским международным центром мультикультурализма (БМЦМ) летом этого года во время поездки ректора А. А. Нестуди в Баку по приглашению Фонда «The Knowledge Foundation under the President of the Republic of Azerbaijan». Занятия проводит директор АКОЦ БСУ в ПУЭТ, доктор философии Яшар Алхасов,

получивший сертификат преподавателя мультикультурализма после прохождения интенсивных курсов в БМЦМ.

Целью новой дисциплины для украинских студентов является разъяснить студентам сущность политики мультикультурализма Азербайджанской Республики, раскрыть её особенности, а также описать условия успешного претворения в жизнь этой политики в стране. информирование о стратегическом партнёрстве Азербайджана и Украины, постоянной заботе Президента Азербайджанской Республики господина Ильхама Алиева о развитии мультикультурализме в стране.

Центр активно сотрудничает с Почётным консульством Азербайджанской Республики в г. Харьков, с телевидением и радио, СМИ с целью пропаганды идеологии азербайджановедения в Полтаве.

АКОЦ как культурный островок Азербайджана в Украине прodelывает огромную работу во имя укрепления дружбы между народами Азербайджана и Украины.

#### **Список использованных источников**

1. <https://www.youtube.com/watch?v=xz3CUx1lA0g>
2. <http://azertag.az/ru/xeber/116169>

## **ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА УКРАИНЫ И АЗЕРБАЙДЖАНА**

***Р. Х. Назаров, Ф-31р***

***Е. В. Чернявская, д. э. н., профессор – научный руководитель***

Международной организации социального обеспечения (ISSA) о соотношении накопительных и перераспределительных элементов в системе пенсионного обеспечения предполагает, что универсального рецепта не существует, и каждая страна должна выбрать собственную модель, соответствующую национальной специфике и уровню экономического развития. В Азербайджанской Республике внедрение накопительной составляющей пенсионной системы было предусмотрено ещё в 1992 году с принятием закона Азербайджанской Республики «О пенсионном обеспечении граждан». Украина стала на путь формирования трёхуровневой пенсионной системы в 1993 г., хотя тенденции увеличения продолжительности жизни пенсионеров не было. Постоянно растущий дефицит пенсионного фонда, зависимость этого «независимого финансово-банковского инсти-



тута» от государственного бюджета, неработающий второй уровень государственной пенсионной системы и недоверие населения к третьему негосударственному, в условиях низкого уровня жизни пенсионеров, свидетельствует о том, что в современных условиях выстроена пенсионная система, которая не способна выполнять положенные на нее государством функции социальной защиты общества. Проблема усугубляется экономическим кризисом и демографической ситуацией (Украина находится на стадии демографической старости, количество людей пенсионного возраста растёт, тогда как часть граждан, которые осуществляют отчисление сокращается). В таких условиях важным является изучение внутреннего механизма пенсионной системы и его эффективных инструментов в странах, которые имели первоначально равные с Украиной условия развития пенсионного фонда.

Новый этап развития пенсионного обеспечения в Украине начался с введением в действие Закона «О пенсионном обеспечении» от 6 января 1991 года. Этот законодательный документ рассматривал Пенсионный фонд как «самостоятельный финансово-банковский институт, отдельный от бюджетной системы, осуществляющий управление финансами пенсионного обеспечения по всей территории Украины».

С 1993 года был принят курс на формирование трёхуровневой пенсионной системы, которая предусматривала развитие обязательного накопительного пенсионного страхования и негосударственного пенсионного обеспечения: Концепция социального обеспечения населения Украины (1993 г.); Указ Президента Украины «Об основных направлениях реформирования пенсионного обеспечения в Украине (1998 г). В Послании Президента (2001 г.) «Об основных направлениях реформирования системы пенсионного обеспечения населения Украины» предполагалось три этапа проведения пенсионной реформы: 1) 2001–2002 гг. – создание организационно-правовых и экономических основ пенсионной реформы и реформирование солидарной системы; 2) 2003–2004 гг. – введение добровольной пенсионной системы; 3) 2005–2009 гг. – введение обязательной накопительной системы.

Принятые в 2003 г. Закон Украины «Об общеобязательном государственном пенсионном страховании» и Закон Украины «О негосударственном пенсионном обеспечении» прописывали

заложенные направления развития трёхуровневой системы пенсионного обеспечения. В этот период были заложены основы существующей системы формирования солидарного пенсионного фонда, характеризующие её национальные особенности. А именно, с 1998 г. был введён и действует поныне ограничитель максимальной разовой заработной платы, с которой взимают единый социальный взнос.

В период 2005–2009 гг., в соответствии с концепцией реформирования, в Украине должна была быть введена обязательная накопительная система. Однако, в Законе Украины «Об обязательном государственном пенсионном страховании» (пункт 9 Заключительных положений) среди условий внедрения Накопительной пенсионной системы, чётко выделена необходимость сбалансированности бюджета Пенсионного фонда [1]. Бездефицитным бюджет Пенсионного фонда был два года: 2007 и 2008 гг. Однако второй уровень системы пенсионного обеспечения введён не был. Сейчас же, в условиях 22-х миллионного дефицита Пенсионного фонда, при данном механизме формирования доходов, внедрение накопительного уровня пенсионной системы представляется невозможным. Повышение в 2011 году пенсионного возраста для женщин до «мужских» 60-ти, ограничение максимального размера пенсионных выплат (если во времена СССР самая большая пенсия превышала минимальную примерно в 8 раз, то в независимой Украине – 60–80 р.) не принесло ожидаемых результатов (рис. 1). Дефицит продолжает расти. Кроме того, с каждым годом растёт долг Пенсионного фонда перед Государственным бюджетом. Если в 2003 году за счет государственного бюджета формировалось 7,31 % доходов Пенсионного фонда, то в 2013 – 22,8 %. Соответственно сокращается удельный вес собственных доходов Пенсионного фонда.

Закон Азербайджанской Республики «О пенсионном обеспечении граждан» был принят 23 сентября 1992 года и предусматривает две категории пенсий – трудовые и социальные. Трудовые пенсии предоставляются мужчинам по достижению 62 лет и женщинам, достигшим возраста 57 лет. Социальные пенсии предоставляются гражданам с ограниченными возможностями к трудовой деятельности и неработающим, которые удовлетворяют требованиям, предусмотренным в соответствующих положениях закона.

Согласно закону о пенсионном обеспечении, реальный размер получаемой пенсии может быть увеличен за счёт дополнительных лет трудовой деятельности пенсионера (выше установленной законодательством нормы), из-за необходимости ухода за престарелым пенсионером, наличии в семье неработающего пенсионера членов семьи с ограниченными возможностями к трудовой деятельности, за заслуги перед отечеством и т. д.

Реформирование системы социальной защиты и пенсионного обеспечения в Азербайджанской Республике проводится в соответствии с Концепцией реформирования пенсионной системы, принятой Общенациональным Лидером азербайджанского народа, Президентом Азербайджанской Республики господином Гейдаром Алиевым 17 июля 2001 года. Целью реформ является создание экономически обоснованной, эффективной, устойчивой к социально-экономическим колебаниям системы социальной защиты, которая в тоже время была бы привлекательной для населения страны. Концепция предусматривает следующие основные направления реформирования пенсионной системы: обеспечение перехода к системе пенсионного обеспечения, соответствующей реалиям рыночной экономики с учётом многоукладности форм собственности; обеспечение прозрачности деятельности исполнительных органов власти в области социальной защиты и пенсионного обеспечения; повышение заинтересованности застрахованных лиц в своевременном отчислении обязательных взносов социального страхования в государственную систему социальной защиты; совершенствование системы учёта юридических и физических лиц, занимающихся экономической деятельностью; совершенствование системы учёта пенсионеров и получателей социальных пособий; совершенствование системы учёта и ведения индивидуальных страховых счетов лиц, занимающихся трудовой деятельностью; упрощение механизмов расчёта и начисления пенсий и пособий; повышение экономической эффективности и устойчивости системы пенсионного обеспечения; устранение условий, приводящих к различного рода злоупотреблениям в системе социальной защиты; обеспечение условий для внедрения современных компьютерных технологий в системе социальной защиты и пенсионного обеспечения; существенное повышение уровня социальной защиты и пенсионного обеспечения населения.

Пенсионная система Азербайджана тоже предусматривает три уровня пенсионного обеспечения. При этом следует отметить, что все эти уровни являются государственными, в отличие от третьего уровня негосударственного пенсионного обеспечения в Украине. Трудовая пенсия по возрасту в Азербайджане состоит из: 1) базовой части (финансируются за счет средств обязательного государственного социального страхования, трансфертов из государственного бюджета и других соответствующих законодательству источников; 2) страховой части (финансируются за счет средств обязательного государственного социального страхования); 3) накопительной части (финансируются за счет средств обязательного государственного социального страхования). То есть, размер пенсионных выплат работник формирует сам, откладывая средства с заработной платы на свой индивидуальный счет. Согласно закону Азербайджана «О трудовых пенсиях» трудовые пенсии рассчитываются согласно пенсионному капиталу, накопленному на индивидуальном счету [2]. В соответствии с законодательством Азербайджанской Республики для обеспечения права на трудовую пенсию и других прав по социальной защите, каждая организация обязуется вести учет о застрахованном. Одним из направлений реформирования пенсионной системы Азербайджана является реализация проекта «Пенсии и социальная защита населения» [3], который предусматривает введение личных учетных карточек для каждого работающего и создание компьютерной базы данных, в которую будут занесены все сведения о трудовой деятельности каждого человека, его стаже, ежемесячных выплатах в Фонд социальной защиты. Бюджет пенсионного фонда Украины является разбалансированным, его дефицит с каждым годом увеличивается. Формально институт является независимым, по факту всё большая его часть субсидируется с государственного бюджета, который также является дефицитным. Достигнуть условий внедрения Накопительной пенсионной системы, а именно, сбалансированность бюджета Пенсионного фонда, в условиях 22-х миллионного дефицита Пенсионного фонда, при данном механизме формирования доходов внедрение накопительного уровня пенсионной системы, представляется невозможным. Повышение пенсионного возраста, ограничение максимального размера пенсионных выплат не принесло ожидаемых результатов. Дефицит продол-

жает расти. Кроме того, с каждым годом растёт долг Пенсионного фонда перед Государственным бюджетом.

Итак, национальной особенностью формирования солидарного пенсионного фонда Украины является так называемый «налог на бедность». а именно, с 1998 г. был введён и действует поныне ограничитель максимального размера заработной платы, с которой взимают единый социальный взнос. Основная тяжесть формирования пенсионного фонда ложится на наименее обеспеченные слои населения, в то время как люди с доходом выше 17 прожиточных минимумов получают необоснованные льготы. Для сравнения, в России аналогический ограничитель размера заработной платы используется для дополнительного взыскания средств в солидарный фонд пенсионной системы (10 % свыше предельной базы – «налог на богатых»), то есть сохраняются заложенные на третьем этапе развития пенсионной системы принцип социальной справедливости и принцип солидарности поколений.

Отмена ограничения по максимальному платежу в Пенсионный фонд, по данным Счетной палаты, может дать Пенсионному фонду около 6 млрд грн ежегодно. Кроме того, уплата полноразмерных взносов с доходов физических лиц-предпринимателей дополнительно даст 5,3 млрд грн в год; пенсионные платежи упрощенцев – около 1,5 млрд грн. Внедрение «социального налога на роскошь», базой бы которого были: доходы свыше 17 прожиточных минимумов (10 %), рыночная стоимость ранее приватизированного государственного имущества, стоимость предметов роскоши, площадь арендуемой земли сельскохозяйственного назначения, – позволили бы сформировать бездефицитный пенсионный фонд и обеспечить достойную старость людям пенсионного возраста, реализовав принципы социальной ответственности и солидарности поколений.

### **Список использованных источников**

1. Про загальнообов'язкове державне пенсійне [Електронний ресурс] : Закон України від 09.07.2003 р. № 1058-IV: станом на 07.07.2014 р. / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1058-15>. – Назва з екрана.
2. О трудовых пенсиях [Электронный ресурс] : Закон Азербайджанской Республики от 7 февраля 2006 года №54-IIIГ : по состоянию

на 31.05.2013 г. / Государственный фонд социальной защиты Азербайджана. – Режим доступа: <http://www.sspf.gov.az/view.php?lang=en&menu=0>. – Название с экрана.

3. Пенсии и социальная защита населения [Электронный ресурс] : проект / Министерство труда и социальной защиты населения Азербайджанской Республики. – Режим доступа: [mlspp.gov.az](http://mlspp.gov.az). – Название с экрана.

## **ТРАГЕДИЯ В ХОДЖАЛЫ – АКТ ГЕНОЦИДА ПРОТИВ АЗЕРБАЙДЖАНЦЕВ**

**С. Дж. Сафарли, МЭ-31р**

**Дж. Э. Фейзиев, доктор философии, с. н. с. – научный руководитель**

Если с высот истории окинуть взором жизнь человечества, то можно усмотреть поразительно малое количество дней без уособиц, катастроф, потрясений. По подсчётам экспертов, за последние 200 лет произошло минимум 22 войны. Если принять во внимание тот факт, что еще с начала двадцать первого века – с 11 сентября 2001 года США объявили войну против международного террора, и этот процесс продолжается по настоящее время, то, можно сказать, что не прошел ни один день третьего тысячелетия без уособиц. За пятитысячелетний период цивилизации более 150 миллионов людей погибли на этих войнах. 73 % погибших приходится на долю войн, произошедших только в XX веке. Только лишь после Второй Мировой войны в 151 точках мира произошло 231 вооруженный конфликт, половина из которых охватывает ближайший период истории после 1990-х гг. – завершения Холодной войны.

Однако среди всех войн, есть такие террористические акты, отличающиеся своей немыслимой массовостью, жестокостью, бесчеловечностью, которым невозможно найти никакого оправдания. Ходжалинская резня как одно из самых страшных событий не только в истории Азербайджана, но и во всей истории человечества, является одним из таких чудовищных актов преступления.

В ночь с 25 на 26 февраля 1992 года русско-армянские вооружённые формирования, ворвавшись в Ходжалы, свершили геноцид, вписанный кровавыми буквами в историю Азербайджана. Этот акт геноцида, превзошедший по степени жестокости даже

самые коварные преступления, свершенные в мировой истории, было самым тяжким преступлением не только против азербайджанского народа, но и против человечества, всего мира в целом. Да и все события, происходящие до Ходжалинской трагедии в Карабахе, не оставляют никакого сомнения, что эта беспрецедентная акция зверства была составной частью целенаправленной политики этнической чистки. То, как армяне, взяв Ходжалы в блокаду, не давали возможности мирным жителям покинуть город, выявляет их настоящую цель. В ту кровавую февральскую ночь было убито 613 человек, из них 63 малолетних ребёнка, 106 женщин, 70 стариков, 8 семей были уничтожены полностью, 1 275 мирных жителей было взято в плен, 150 человек пропали без вести. Такова кровавая античеловеческая статистика армянских варваров.

Корни Ходжалинского геноцида уходят далеко за период его свершения. Подход к трагедии не только с точки зрения составной части событий, протекающих вокруг Карабаха, но и в контексте исторических успехов, богатых традиций государственности Азербайджана, геополитического пространства, на котором находится наша страна и важного места в Кавказском регионе помогут выявить ее настоящие причины. Из истории хорошо известно, что Азербайджанская государственность достигла своего пика при образовании государства Сефевидов. В результате ослабления этого государства, когда-то охватывающего широкое географическое пространство, Азербайджан стал сужаться в своих границах. Распад государства Сефевидов, раздробление Азербайджана на отдельные ханства, в конце концов, завершилось переходом всего региона под контроль российской империи. Таким образом, ослабление Азербайджанской государственности в целом привело к переходу всего Кавказского региона в руки империи. Однако трагедия этим не кончается. На протяжении тысячелетий, чтобы не допустить возрождение могущественной тюркской государственности, которая владела Евразией, российская империя, пытающаяся раздробить тюркские земли, простирающиеся от Алтайских гор до Балкан, стала размещать именно на Кавказе, в исконно тюркских землях «обездоленные» армянские племена. Азербайджан, расположенный в стратегическом центре тюркской полосы, превратилась в «жертву» империи. За последние 300 лет территория Азербайджана, население которого

постоянно растёт, уменьшалась, неоднократно разделяясь, подвергалась поглощению со стороны империи, и сегодняшнее Азербайджанское государство на протяжении всей своей политико-культурной истории владеет наименьшим количеством земель.

Признание Ходжалинского геноцида преступлением, свершенным против человечества, имеет международное значение не только для Азербайджана, но и мирового единства. Еще в феврале 1994 года объявление Милли Меджлисом Азербайджанской Республики Ходжалинских событий геноцидом имело особую значимость. Начиная с этого времени, Ходжалинская трагедия стала упоминаться в широком масштабе как самое тяжелое преступление против человечества. Как отмечал Президент Азербайджана в то время Гейдар Алиев, «Ходжалинский геноцид, направленный против азербайджанского народа в целом, в силу своей немыслимой жестокости и зверских методов расправы, является актом варварства в истории человечества. Ходжалинский геноцид в то же время является преступлением против всего человечества». В Указе Гейдара Алиева «О геноциде азербайджанцев», подписанном в 1998 году, открыто говорится о том, что массовая резня наших граждан, носит характер геноцида и является политикой этнической чистки азербайджанцев. Согласно Указу в память о жертвах геноцида, продолжающегося более ста лет, 31 марта был объявлен «Днём геноцида азербайджанцев».

Сегодня признание Ходжалинского геноцида в процессе доведения до мировой общественности азербайджанских реалий занимает особое место. Неоднократно затрагивая в своих выступлениях тему Ходжалинских трагедий, нынешний глава государства открыто излагал истинные помыслы свершивших это деяние, сущность тяжелого акта преступления против человечества. На открытии Губинского Мемориального комплекса геноцида Президент Ильхам Алиев отмечал: «Те, кто учинил Ходжалинский геноцид, сегодня представлены в руководстве Армении. Эта трагедия произошла на глазах у всего мира. Мы видим это не на примере не имеющей никаких оснований мифологии, такой, как миф о «геноциде армян», а на основе реальных фактов. Видеоматериалы, фотоснимки, показания живых свидетелей – все это истина, реальность» [1].



Сегодня признание этой трагедии во всём мире, доведение правдивой информации о кровавой бойне в Ходжалы до мировой общенности является святым долгом каждого азербайджанца. Проводимая по инициативе вице-президента Фонда Гейдара Алиева, генерального координатора Молодежного форума Организации Исламская Конференция за Диалог и сотрудничество по межкультурному диалогу Лейлы Алиевой, начиная с 2008 года, международная кампания «Справедливость Ходжалы» даёт уже свои плоды. Проведение во многих странах мира в рамках кампании мероприятий, посвященных Ходжалинской трагедии, играет значимую роль в доведении до международной общественности истины, сущности насильственной политики Армении против нашей страны. Самым успешным результатом кампании «Справедливость Ходжалы» стало признание этой трагедии парламентами Пакистана, Мексики, Перу, Чехии, Колумбии, Боснии и Герцеговины, а также многими международными организациями как акт геноцида. В то же время с целью осведомления народов мира об акте геноцида против наших соотечественников, воздвигаются памятники, увековечивающие память Ходжалинских шехидов. Обращение кампании с требованием признать Ходжалинскую трагедию актом геноцида и преследованием против человечества уже подписали десятки тысяч людей всего мира.

### **Список использованных источников**

1. Выступление Президента Азербайджанской Республики И. Алиева На открытии Губинского Мемориального комплекса геноцида // Речи и выступления Ильхама Алиева. – Баку, 2007. – С. 45–47.

## **ИЗУЧЕНИЕ ТУРЕЦКОГО ЯЗЫКА В УКРАИНСКОЙ АУДИТОРИИ**

**Ф. А. Шукюров, Ф-21р**

**Я. К. Алхасов, доктор философии – научный руководитель**

В новых общественно-политических условиях, когда миграционные процессы стали более активными, а научно-образовательные связи расширяются на основе заключённых договоров непосредственно между странами, особое значение приобретает знание иностранных языков. В последнее время изучение турецкого языка как иностранного, наряду с английским, китай-

ским, французским и др. языками в европейских странах, в частности в Украине имеет важное значение. Добрососедские отношения, развитие торгово-экономических и расширение культурно-образовательных связей, а также возможности трудовой миграции сделали вопрос изучения турецкого языка в Украине более актуальным.

Турецкий язык как официальный язык Турции относится к огузской подгруппе тюркских языков. Наиболее близкими к турецкому в лексическом, фонетическом и синтаксическом отношении являются гагаузский, крымско-татарский, азербайджанский и туркменский языки. А украинский язык, будучи одним из восточнославянских языков, содержит в своём лексическом составе большое количество тюркизмов (отаман, базар, борсук, богатырь, бугай, буран, бурун, ватага, диван, осаул, кабан, камыш, караул, карга, сазан, саман, сарай, табун, товар, торба, туман и др.) [2].

Историко-этимологические комментарии некоторых слов в обоих языках могут служить эффективным лингводидактическим приёмом. Обратимся к примерам. Украинское слово *борг* (долг) в родном языке турка (крымского татарина, азербайджанца, туркмена) тоже имеется: *borc*. Словообразовательная цепочка *заборгованный, заборгованность* и т. д. или выражение *в боргу* (в долгу), используемые при разъяснении того или иного экономического явления, представляют собой важный аспект изучения тюркизмов в украинском языке. Слово *податок* (налог) («установленный государством (местной властью) для граждан и юридических лиц обязательный платёж в казну государства или местной власти») в украинском языке происходит от глагола *дати* по следующей словообразовательной модели: по- + -дат- + -ок (ср. дань в русском языке). Слово *податок* возникло на базе весьма продуктивной тюркской словообразовательной модели *vergi* (*vergi* = *ver(mek)*- + -*gi*), что в турецком языке означает «то, что даётся; дань». Подтверждением продуктивности указанной модели могут служить примеры отглагольных существительных *bilgi, sevgi, hörgü, bölgi, ilgi, sergi; burğu, durğu, duyğu, vurğu, sorğu, saygi, solğu, döngü (döngə), dolğu, yangı, sarğı, çalgi, algi, pusku, baskı, cızgi (cızgi), yüzgi, coşku, katkı, satki; itki, yetki, sepi, seçki* и др., образованных от соответствующих глаголов. Эскурс в происхождение данного

термина свидетельствует о появлении его в домонгольский период тюркско-славянских контактов [3].

Историко-этимологический комментарий при обучении турецкому языку как иностранному следует рассмотреть как весьма удачный методический приём (ср. *летак* – *uçak*, *куля* – *gülle*; *шановний* – *şanlı*, *черга* – *cerge*, *жапм* – *zarafat (şaka)*, *тлумач* – *dilmac*).

Известно, что язык – это не просто система лексических единиц, опосредованная грамматическими правилами, но система координат, в которой воспитывается и растёт человек, где за каждым словом стоит непосредственная реальность, отображающая условия жизни конкретного народа, его жизненный уклад, порядок культурных детерминант, иными словами, язык является аккумулятором и проводником культуры. Следовательно, понять природу языка и объяснить его можно, лишь исходя из понимания человека и его мира. Учитывая вышесказанное, можно констатировать, что каждая нация существует за счёт системы устойчивых внутренних связей, регулируемых традициями и нормами, принятыми в данной среде, которые выступают фундаментом образования этнической картины мира, закреплённой посредством национального языка. Так, например, слово *dost (arkadaş)* во всех тюркских языках означает *друг*. Этимологический анализ данного слова показал, что *друг* образовано от украинского порядкового числительного *другий* безаффиксным способом, т. е. путём отбрасывания окончания *-ий*. Мотивирующе-производящей базой слова *друг* послужила следующая паремиологическая единица в латинском языке: *qui est amicus?* – *alter ego* (кто есть друг? – второй я), т. е. «себе подобный», «второй я», «другой я». Почти по такой же словообразовательной модели появилось тюркское слово *dost* персидского происхождения. В последнем *dust (dost)* образовано по аналогичной схеме: *du* (два) + *həst* (есть) = *dust*, дословно «есть второй», т. е. «второй я» [1, с. 30]. Таким образом, слово *друг*, образованное по одной и той же модели словообразования, во всех языках имеет значение: «реальная альтернативная личность человека».

В турецкий язык проникло множество слов арабского языка, образованных от корневых согласных. Известно, что в самом арабском языке первичная грамматическая форма опирается в большинстве случаев на корень из трёх, реже – из четырёх

согласных. От корня путём внутренней флексии, т.е. «вклинивания» гласных между согласными образуются новые (родственные) слова, имеющие различные значения. Например: *hkm* – *hökm*, *hakim*, *ehkam*, *mahkum*, *mahkeme*, *muhakime*, *mahkumiyet* и т. д. Эти слова образуют целую цепь родственных, близких по значению слов, что в значительной степени облегчает толкование слов, следующих друг за другом. Перечисленные слова заимствованы и турецким языком. В словарях они зафиксированы таким образом: *mahkeme* (суд), *hakim* (судья), *mahkum* (осуждённый), *mahkumiyet* (осуждение), *hükümet* (правительство), *hikmet* (мудрость) и т. д. Этот ряд слов далеко не полный список турецких слов, образованных от арабских корневых согласных *hkm*. В самом арабском языке одним из способов образования формы множественного числа слов является прибавление гласного э(*a*) к началу слова: *şey* (вещь) – *eşya* (вещи), *taraf* (сторона) – *etraf* (стороны, окружение), *mülk* (собственность) – *emlak* (имущество, собственности), *sınıf* (класс) – *esnaf* (классы, ремесленники), *isim* (имя) – *esma* (имена), *libas* (одежда) – *elbise* (одежда), *cüz* (частичка) – *ecza* (частички), *felek* (рок, судьба) – *eflak* (судьбы), *ferd* (индивид) – *efrad* (индивиды), *halk* (народ; то, что создано) – *ahlak* (созданные, мораль), *yovm* (день) – *eyam* (времена), *velet* (дитя) – *evlat* (дети) и т. д. Обе формы арабского слова (единственного и множественного числа) были заимствованы турецким языком. Эти слова в турецком языке употребляются как синонимы. И при образовании формы множественного числа в турецком языке суффиксы *-lar*, *-ler* могут быть присоединены к обеим формам одного и того же слова. Например, слово *вещи* в турецком языке будет: *seyler* и *eşyalar*. Или же другой пример. В турецком языке очень много производных слов с формантом *-hane* (в персидском языке означает «дом», «комната», «место»): *dershane* (место, где проводят уроки; школа, класс), *hastahane* (больница), *aşhane* (столовая), *çayhane* (дом чая, чайхана), *ecz(ah)ane* (аптека) и т. д. Для активного усвоения этих слов преподаватель разъясняет, что они образованы путём слияния самостоятельного слова и служебного (*hane*): *ders* (урок) + *hane* или *hasta* (больной) + *hane*. Однако при слове *kütüphane* (библиотека), образованном на базе турецкого языка по имеющейся продуктивной словообразовательной модели, украинский студент встречается с другой картиной. С первых уроков турецкого языка студент знает, что

слово *kitap* (книга) имеет форму множественного числа *kitaplar* (книги) и слово *библиотека* должно быть: *kitaphane*. У студента возникает резонный вопрос: откуда появилась форма *küttüp*? После комментария преподавателя о том, что *küttüp* является формой множественного числа в арабском языке, всё становится на своё место. По мнению выдающегося тюрколога академика Б. В. Чобанзаде, «арабские слова, которые забыли сами арабы, являются источником для изучения турецкого языка» [4, с. 191].

Нам представляется, что в систематизации арабских слов в турецком языке и в усвоении носителями языка точных значений арабизмов, овладении правилами орфографии, орфоэпии данной лексики надёжным подспорьем может служить составление словаря родственных слов арабского происхождения. В подобном словаре заимствованные из арабского языка слова могут быть сгруппированы по словообразовательно-гнездовому принципу и представлены с толкованием на турецком языке. Нет необходимости доказывать роль и значение такого лексико-графического пособия в развитии речи украинских студентов изучающих турецкий язык как иностранный, ибо если носитель языка будет знать, что слово *muhbir* (корреспондент, передающий) образовано от слова *haber* (информация; то, что передаётся), то ему на основе второго производящего слова (*haber*) намного легче понять значение первого [5]. Всё это свидетельствует о важности разработки и внедрения устойчивых языковых норм, призванных оптимизировать процессы языковой коммуникации на турецком языке. Подобные этимологические вкрапления не только занимательный дидактический (лексико-грамматический) материал на уроке, но и, безусловно, интересная языковая информация.

### Список использованных источников

1. Алхасов Я. К. Историко-этимологический комментарий в обучении русскому языку как иностранному / Алхасов Я. К. // Русский язык и литература в Азербайджане, № 1. – Баку, 2008. – С. 29–31.
2. Зубков Н. Г. Универсальный справочник. Украинский язык / Н. Г. Зубков. – 5-е изд., перераб. – Москва : ООО Спивак В. Л., 2009. – 340 с.
3. Тимонина Л. Г. Тюркские заимствования в енисейских языках в сравнительно-историческом освещении : автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Л. Г. Тимонина. – Ростов-на-Дону, 1984. – 24 с.

4. Чобанзаде Б. О системе научной терминологии / Б. Чобанзаде // Первый всесоюзный тюркологический съезд (26 февраля – 5 марта 1926 г.): Стенографический отчет. – Баку, 1926. – С. 190–193.
5. Alxasov Y. Azərbaycanca-rusca ərəb mənşəli eyniköklü sözlər lüğəti / Alxasov Y., Məzəmlı F. – Bakı : Mütərcim, 2011. – 256 s.

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ  
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ,  
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА  
ТОВАРОЗНАВСТВА**

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

XXXIX наукової студентської конференції за підсумками  
науково-дослідних робіт студентів за 2015 рік

*(м. Полтава, 19–20 квітня 2016 року)*

Головний редактор *М. П. Гречук*  
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 18.  
Тираж 16 пр. Зам. № 122/554.

Видавець і виготовлювач  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,  
к. 115, вул. Ковалю, 3, м. Полтава, 36014; ☎(0532) 50-24-81

Свідцтво про внесення до Державного реєстру  
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої  
продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.